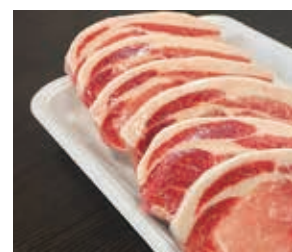


平成 29 年度

# 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト 事業報告書



平成 30 年 3 月



南風原町商工会



## はじめに

南風原町商工会では、平成27年度より南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクトを南風原町より受託し、地域資源を掘り起こし、特産品開発と販路開拓等の事業や特産品のブラッシュアップ及び本町のブランド構築を図り、情報発信等を行う一連の事業を実施してまいりました。

また南風原町の活性化を図るために、本町の地域資源を活用した優良な商品を、南風原町地域ブランドの認定商品「はえばる良品」として認定し本町の産品を広く多くの方に知ってもらい、愛用していただくと共に、産業振興や知名度・イメージの向上を図るよう取り組んできました。これまでの取り組みにより、今年度は7品目の本町の特産品が誕生しました。その中からふるさと納税の返礼品としても県内外へ発信しており、今後も継続し多くの特産品を発掘していく所存でございます。

本事業を推進するにあたりましては、偏にご参加頂きました皆様のご支援とご指導の賜物でありますので、本会を代表し深く感謝申し上げます。

平成30年3月  
南風原町商工会  
会長 金城 宏孝

# 平成 28 年南風原町ブランド構築展開プロジェクト 目次

## □ 平成 28 年度 活動概要

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| ・ 平成 27 年度、28 年度の活動概要 .....         | 1 |
| ・ 実施体制 .....                        | 1 |
| ・ 平成 29 年度 アクションプラン（実施スケジュール） ..... | 3 |
| ・ 委員、部会、事務局 .....                   | 3 |
| ・ 平成 29 年度 事業会計 .....               | 5 |

## □ 平成 29 年度 活動報告 .....

6

## □ 平成 29 年度 事業計画の実施内容について .....

8

## □ 南風原町地域ブランド認定商品について .....

9

- ・ 平成 29 年度 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」について

## □ 販売促進支援、販路開拓のまとめ .....

10

- ・ 出展及びパブリティ等への活動報告

## □ 平成 29 年度 活動報告

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| ・ 4 月 11 日 第 1 回 特産品開発 モノづくり分野 会議 .....              | 15 |
| ・ 5 月 9 日 第 2 回 特産品開発 モノづくり分野 会議 .....               | 17 |
| ・ 5 月 30 日 第 1 回 食品部門 ワークショップ 開催 .....               | 19 |
| ・ 6 月 16 日 第 3 回 特産品開発モノづくり分野 会議 .....               | 22 |
| ・ 6 月 20 日 第 2 回 食品部門ワークショップ 開催 .....                | 24 |
| ・ 7 月 12 日 第 1 回 南風原町ブランド推進委員会 .....                 | 26 |
| ・ 7 月 18 日 第 3 回 食品部門ワークショップ 開催 .....                | 28 |
| ・ 7 月 25 日 第 4 回 特産品開発モノづくり分野 会議 .....               | 30 |
| ・ 8 月 29 日 第 4 回 食品部門ワークショップ開催 .....                 | 32 |
| ・ 9 月 6 日 南風原町役場にて「はえばる良品：漉しかぼちゃ使って味わうスープの素」販売 PR .. | 34 |
| ・ 9 月 7 日 南風原町役場にて「はえばる良品：びよびよシフォン」販売 PR .....       | 34 |



|                  |                                       |    |
|------------------|---------------------------------------|----|
| ・ 9 月 26 日       | 第 5 回 特産品開発モノづくり分野 会議                 | 35 |
| ・ 10 月 6 日       | 第 2 回 南風原町ブランド推進委員会 開催                | 36 |
| ・ 10 月 7 日 ~ 9 日 | 浮島ガーデン京都店にて トークイベント及び「はえばるのまきもの」テスト販売 | 38 |
| ・ 10 月 19 日      | 第 6 回 特産品開発モノづくり分野 会議                 | 41 |
| ・ 11 月 4 日 / 5 日 | 第 2 回 鶴見ウチナー祭り出展（大城野菜生産農園加工所）         | 42 |
| ・ 11 月 16 日      | 特産品開発モノづくり分野 会議                       | 44 |
| ・ 12 月 20 日      | 第 3 回 南風原町ブランド推進委員会 開催                | 46 |
|                  | 第 1 回 南風原町ブランド選定委員会                   | 48 |

#### <平成 30 年>

|                   |                                                             |    |
|-------------------|-------------------------------------------------------------|----|
| ・ 1 月 19 日        | 第 2 回 南風原町ブランド選定委員会                                         | 50 |
| ・ 2 月 3 日 ~ 19 日  | モノづくり分野 NUNUSAAA プロジェクト<br>旧寺崎邸（福岡県八女市）にてトークイベント及びクッション展 開催 | 55 |
| ・ 2 月 10 日 / 11 日 | 第 9 回 南風原物産展にて南風原町認定「はえばる良品」発表（以下：町はえばる良品）                  | 58 |
| ・ 2 月 23 日        | 町村議員・事務局研修会にて「町はえばる良品」販売 PR                                 | 60 |
| ・ 2 月 26 日        | 第 9 回 特産品開発モノづくり分野 会議                                       | 62 |
| ・ 3 月 2 日         | 第 4 回 南風原町ブランド推進委員会                                         | 64 |

|                   |    |
|-------------------|----|
| □ 情報発信、PR 広報活動の報告 | 63 |
|-------------------|----|

- ・ インターネット情報発信について
  - ① はえばる良品公式ホームページ
  - ② はえばる良品 FB ページ
  - ③ NUNUSAAA 公式ホームページ
  - ④ NUNUSAAA FB ページ
- ・ PR ツールの使用状況について

|            |    |
|------------|----|
| □ 総評と今後の課題 | 74 |
|------------|----|

## 事業概要

### 1. 事業の目的

本事業の目的は、「南風原町の地域ブランド」及び「特産品の認証制度」について話し合い協議を行う組織を形成し、それを元に推薦される特産品やご当地グルメを PR する事で、地域の魅力を県内外に広く認知させる事とします。昔から多くの人々に愛され続けている商品、ご当地グルメを PR するだけでなく、今の時代に合うデザインや機能性などを踏まえた商品（ご当地グルメ）開発を行い情報発信することで地域のブランド価値を高めます。

「南風原町」と聞いて、顧客が選択する（モノ・サービスを買う、利用する）はっきりとした理由が浮かぶもの・ことがたくさんあることを目指します。地域資源の活用や外部アドバイザーなどによる異業種連携等による商品開発及び企業と連携により、消費者のニーズを踏まえたデザイン性・機能性に優れた南風原町らしい商品開発を行いスキル向上を進めていきます。平成 28 年度に認定した商品の課題を解消、改善させながら、地域ブランド構築と知的財産の活用、ブランド認証制度を運用します。

主な業務内容及び成果目標は、次のとおりとします。

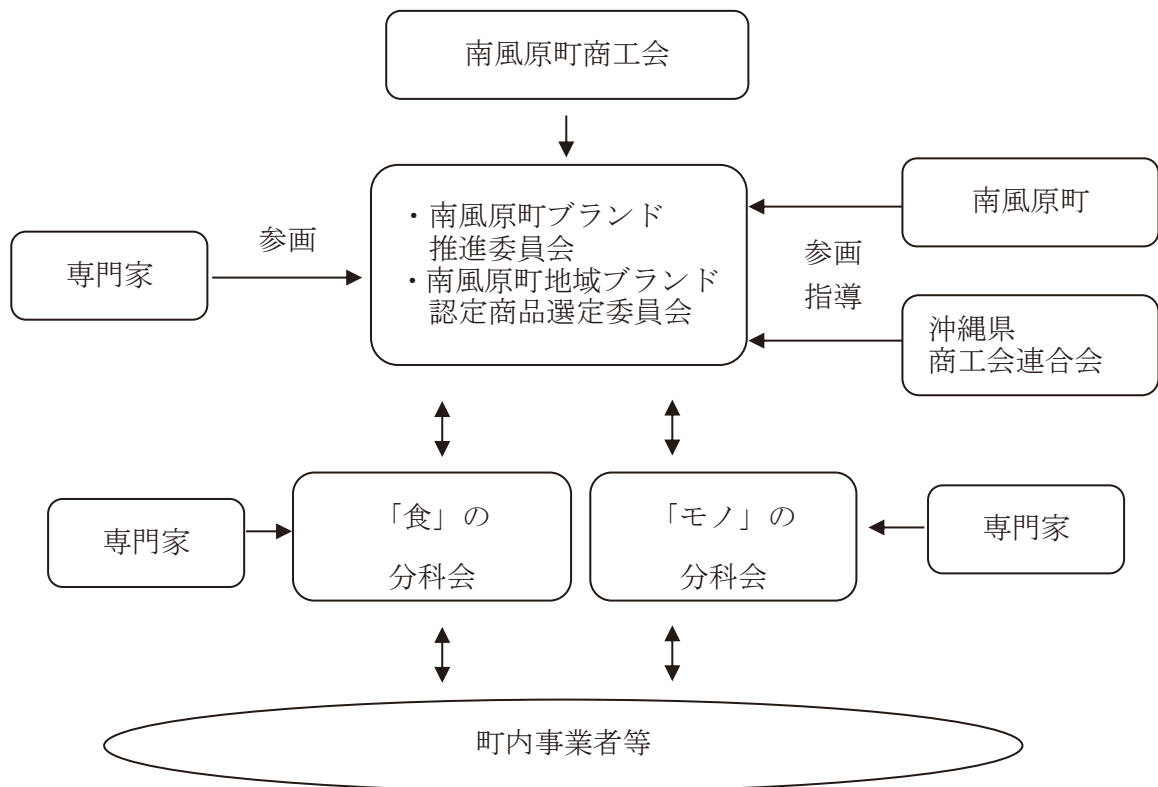
| 業務内容                        | 業務目標・成果                                                                           |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| (1) 南風原町地域連携強化、スキル向上事業      | ・町内事業者等による、「食」分野のチーム形成と地産地消への取組み、「非食品」分野のチーム形成と外部アドバイザーによる商品デザイン、販売戦略などのスキル向上を行う。 |
| (2) 南風原町ものづくり企画開発・情報発信事業    | ・町内から特産品開発及び自社商品の PR、販路拡大等に意欲のある事業者 15 名以上が参画し、ワークショップ等を開催する。                     |
| (3) 南風原町地域ブランド PR・マーケティング事業 | ・南風原町地域ブランド認定商品の周知拡大の為、PR 記事の掲載 5 回以上の実施。<br>・販路拡大、テスト販売の出席機会 5 回以上実施し、認定商品の効果測定。 |
| (4) 南風原町地域ブランド販路開拓事業        | ・南風原町地域ブランド認定商品及び町特産品の販路先の開拓（開拓 2 件以上）                                            |
| (5) 南風原町地域ブランド認証事業          | ・町内外の有識者による推進委員会を開催し、「南風原町ブランド」の推進を行う。<br>・選定委員会にて特産品やご当地グルメ等の認証を行う。（認証 2 件以上）    |

### 2. 実施体制

本事業の実施にあたっては、行政及び商工会、外部専門家、町内企業や団体の代表者等で委員会、分科会を構成し、本事業を実施する。

〔委員構成〕

- ・南風原町地域ブランド推進委員会 9 名（専門家 2 名、観光協会 1 名、町内事業者 4 名、有識者 1 名、商工会 1 名）
- ・南風原町地域ブランド認定商品選定委員会 10 名  
（専門家 2 名、観光協会 1 名、事業者 4 名、有識者 1 名、行政職員 1 名商工会 1 名）
- ・南風原町特産品開発「食」の分科会 15 名（専門家 1 名、町内事業者 14 名）
- ・南風原町特産品開発「モノ（非食品）」の分科会 4 名（専門家 1 名、町内事業者 3 名）



### 3. 事業計画内容

#### (1) 南風原町地域連携強化、スキル向上事業

食の分科会、モノづくりの分科会を町内事業者等で、ワーキングチームを組織し、専門家の招致（アドバイザー、デザイナー、プロデューサー等）により助言を頂きながら商品開発に臨む。関連する講習会、セミナーを2回以上開催する予定である。

#### (2) 南風原町ものづくり企画開発事業

「食」分野の特産品、ご当地グルメと「モノづくり」分野の分科会を開催し、特産品の商品開発を推進する。分科会には、計15者以上の参画を目標とする。セミナーを開催し、各事業者においては既存商品に対しての問題点等抽出し解決にむけて取組んでいただき、各事業者のサポートを行う。

#### (3) 南風原町ブランドPR・マーケティング事業

町内外において「南風原町地域ブランド認定商品はいえばる良品」のPR及び販売促進を5回以上行う。町産スターフルーツ加工品「ゆめかなえぼし」、町産のへちま入り「美瓜カレーライス」等、改良改善した商品の売上が、前年の5%以上向上する事を目指す。PRに関しては、公式SNSサイトに加えて、前年度制作した、「南風原町商工会南風原町地域ブランド認定商品はいえばる良品」用ホームページを活用し行う。

#### (4) 南風原町地域ブランド販路開拓事業

南風原町地域ブランド認定商品及び町特産品の販路先の開拓（開拓2件以上）

#### (5) 南風原町地域ブランド認証事業

南風原町における、地域ブランドの定義、ブランド認証スキームを構築した。平成29年度において南風原町地域ブランド認定商品「はいばる良品」の運用を行い、継続的に地域ブランド認証制度の課題を抽出し、解決しながら、地域ブランド戦略の策定も進めて行く。地域ブランド選定委員会を開催し、平成29年度も2品以上の認定品の選定と表彰を実施する。また、町内の知的財産「はいばる美瓜」、「ゆめかなえぼし」の活用を目指す。

#### 4. 実施スケジュール

|                | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|----------------|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|
| 講習会            |    |    |    |    |    |    |     |     |     |    |    |    |
| ブランド推進委員会      |    |    |    | ○  |    |    | ○   |     | ○   |    |    | ○  |
| ブランド認定商品選定委員会  |    |    |    |    |    |    |     |     | ○   | ○  |    |    |
| ブランド認定商品募集     |    |    |    |    |    |    |     | ➡   |     |    |    |    |
| ブランド認定調整（南風原町） |    | ➡  | ➡  | ➡  | ➡  | ➡  | ➡   | ➡   | ➡   | ➡  | ➡  | ➡  |
| 食の分科会          |    | ○  | ○  | ○  | ○  |    |     |     |     |    |    |    |
| モノ分科会          | ○  | ○  | ○  | ○  |    | ○  | ○   | ○   | ○   |    | ○  |    |
| 県内出展           |    | ○  |    |    |    | ○  |     | ○   |     |    | ○  |    |
| 県外出展           |    |    |    |    |    |    | ○   |     |     |    | ○  |    |
| ブランドPR         |    | ○  |    | ○  |    | ○  | ○   |     |     |    | ○  |    |
| 情報発信           | ➡  | ➡  | ➡  | ➡  | ➡  | ➡  | ➡   | ➡   | ➡   | ➡  | ➡  | ➡  |
| マーケティング        |    | ➡  | ➡  | ➡  |    |    | ➡   | ➡   | ➡   |    |    |    |
| 報告書            |    |    |    |    |    |    |     |     |     |    | ➡  |    |

#### 5. 南風原町地域ブランド推進委員会

| No. | 氏 名   | 所 属 等               |        |
|-----|-------|---------------------|--------|
| 1   | 青木 元  | 株式会社ノイズ・バリュー社       | 専門家    |
| 2   | 藤原 政勝 | 南風原町観光協会 事務局長       | 観光協会   |
| 3   | 城間 律子 | 琉球絃事業協同組合           | 事業者    |
| 4   | 高橋 庸正 | IT通信株式会社            | 事業者    |
| 5   | 金城 有起 | NPO法人沖縄県工芸産業協働センター  | 事業者    |
| 6   | 赤嶺 全要 | ファーマーズマーケット南風原くがに市場 | 事業者    |
| 7   | 大城 清子 | 沖縄県女性農業士            | 有識者    |
| 8   | 仲本 明  | イカリ消毒株式会社           | 専門家    |
| 9   | 伊波 仁  | 南風原町商工会 事務局長        | 商工会事務局 |

【役割】 本事業の方針の検討、提案の取り纏め、意見交換

#### 6. 南風原町地域ブランド認定商品選定委員会

| No. | 氏 名  | 所 属 等         |     |
|-----|------|---------------|-----|
| 1   | 青木 元 | 株式会社ノイズ・バリュー社 | 専門家 |

|    |       |                       |        |
|----|-------|-----------------------|--------|
| 2  | 藤原 政勝 | 南風原町観光協会 事務局長         | 観光協会   |
| 3  | 城間 律子 | 琉球紺事業協同組合             | 事業者    |
| 4  | 高橋 庸正 | I T 通信株式会社            | 事業者    |
| 5  | 金城 有起 | N P O 法人沖縄県工芸産業協働センター | 事業者    |
| 6  | 赤嶺 全要 | ファーマーズマーケット南風原くがに市場   | 事業者    |
| 7  | 大城 清子 | 沖縄県女性農業士              | 有識者    |
| 8  | 仲本 明  | イカリ消毒株式会社             | 専門家    |
| 9  | 金城 郡浩 | 南風原町役場 産業振興課          | 行政職員   |
| 10 | 伊波 仁  | 南風原町商工会 事務局長          | 商工会事務局 |

【役割】はえばる良品の選定に関する審議及び答申に関する事項、南風原ブランド戦略の策定

その他事業を推進するに必要な事項を執り行う。

#### 7.南風原町特産品開発「食品」の分科会

| No | 氏 名    | 所 属 等          |     |
|----|--------|----------------|-----|
| 1  | 青木 元   | 株式会社ノイズ・バリュー社  | 専門家 |
| 2  | 与那覇 政儀 | ケーキの店デュウオ      | 事業者 |
| 3  | 知名 伸一  | 有限会社美ら卵養鶏場     | 事業者 |
| 4  | 大城 清美  | 大城野菜生産農園加工所    | 事業者 |
| 5  | 渡久地 洋子 | はんど in はんど     | 事業者 |
| 6  | 野添 香   | 沖縄子育て良品株式会社    | 事業者 |
| 7  | 松田 一志  | イノベーションサービス沖縄  | 事業者 |
| 8  | 真境名 昭彦 | 路地裏キッチンアカツキ    | 事業者 |
| 9  | 仲里 文雄  | レストランしぐれ       | 事業者 |
| 10 | 高橋 正弥  | ティーダ有機         | 事業者 |
| 11 | 友利 妃佳理 | 有限会社ステージプランニング | 事業者 |
| 12 | 赤嶺 彰史  | もりんがファームさんで園芸  | 事業者 |
| 13 | 赤嶺 松哉  | 松そば            | 事業者 |
| 14 | 野原 和子  | のはらファーム        | 事業者 |
| 15 | 上原 健治  | かなや食品          | 事業者 |

【役割】「食」に関連する特産品開発や、ご当地グルメの開発、意見交換

#### 8.南風原町特産品会開発「モノ（非食品）」の分科会

| No | 氏 名    | 所 属 等      |     |
|----|--------|------------|-----|
| 1  | 江副 直樹  | ブンボ株式会社    | 専門家 |
| 2  | 大城 拓也  | N U N U 工房 | 事業者 |
| 3  | 大城 幸司  | 丸正織物工房     | 事業者 |
| 4  | 大城 美枝子 | 手織工房 おおしろ  | 事業者 |

【役割】「モノ（非食品）」に関連する特産品開発、意見交換

平成 29 年度 事業決算

※ 収支報告に関しては、別紙資料

「平成 29 年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト 収支決算書」

自 平成 29 年 4 月 1 日

至 平成 30 年 3 月 30 日

をご参照ください。

## 平成29年度 活動報告

○平成29年度 南風原町地域ブランド構築展開プロジェクトの歩み

| 月日       | 実施日           | 実施概要                                                                  |
|----------|---------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 平成29年 4月 | 4月1日          | 平成29年度 事業開始                                                           |
|          | 4月1日          | 広報はえばる4月号にて平成28年度 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」（以下：はえばる良品） 概要紹介              |
|          | 4月11日         | 第1回 特産品開発 モノづくり分野 会議                                                  |
|          | 4月20日         | 沖縄タイムス社 「はえばる良品」 掲載                                                   |
| 5月       | 5月1日          | 広報はえばる5月号にてはえばる良品「はえばるのまきもの」 紹介                                       |
|          | 5月9日          | 第2回 特産品開発 モノづくり分野 会議                                                  |
|          | 5月12日         | 琉球新報社 「はえばる良品」 掲載                                                     |
|          | 5月14日         | 琉球新報社 モノづくり分野「NUNUSAAAプロジェクト」 トークイベント 掲載                              |
|          | 5月18日         | 南風原町商工会 総代会にて「はえばる良品」 展示PR                                            |
|          | 5月30日         | 第1回 食品部門ワークショップ「小規模事業者が果たすべきPR方法」                                     |
| 6月       | 6月20日         | 第2回 食品部門ワークショップ「企画書・ニュースリリースの書き方」について                                 |
|          | 6月16日         | 第3回 特産品開発モノづくり分野 会議                                                   |
|          | 6月25日         | RBC琉球放送 島人の宝にて「はえばる良品」 紹介                                             |
| 7月       | 7月1日          | 広報はえばる7月号 はえばる良品「漣しかぼちゃ使って味わうスープの素」 掲載                                |
|          | 7月1日          | 南風原町商工会 会報誌にて はえばる良品「漣しかぼちゃ使って味わうスープの素」 掲載                            |
|          | 7月7日          | 琉球新報社 町産スターフルーツの加工品「ゆめかなえぼし」の取組み掲載                                    |
|          | 7月7日          | ANA SUITE LOUNGEにて ケーキの店 DUOが製造する「スターフルーツ入りマドレーヌ（ゆめかなえぼし）」が、終日無料配布される |
|          | 7月12日         | 第1回 南風原町ブランド推進委員会 開催                                                  |
|          | 7月18日         | 第3回 食品部門ワークショップ「魅せる！商品力。効果的に魅力を届ける撮影方法を学ぶ。」                           |
|          | 7月20日         | 沖縄タイムス社 「はえばる良品」 漣しかぼちゃ使って味わうスープの素の取組み紹介                              |
|          | 7月25日         | 第4回 特産品開発モノづくり分野 会議                                                   |
|          | 7月25日<br>～31日 | リウボウ古島マルシェにて はえばる良品「びよびよシフォン（美ら卵養鶏場）」販売                               |
| 8月       | 8月1日          | 広報はえばる8月号 はえばる良品「びよびよシフォン」 掲載                                         |
|          | 8月20日         | 財界九州にて「はえばる良品」 掲載                                                     |
|          | 8月29日         | 第4回 食品部門ワークショップ「デザイン思考とデザイン力を磨く」                                      |
| 9月       | 9月1日          | 広報はえばる9月号 はえばる良品「ゆめかなえぼしパウンドケーキ」 掲載                                   |
|          | 9月1日          | 南風原町商工会 会報誌にて はえばる良品「びよびよシフォン」 掲載                                     |
|          | 9月1日          | 琉球新報社 モノづくり分野「NUNUSAAAプロジェクト」の取組み掲載                                   |
|          | 9月6日          | 南風原町役場1Fロビーにて はえばる良品「漣しかぼちゃ使って味わうスープの素」 販売PR                          |
|          | 9月7日          | 南風原町役場1Fロビーにて はえばる良品「びよびよシフォン」 販売PR                                   |

|          |                 |                                                                                                                                              |
|----------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | 9月10日           | てくてく南風原にて「はえばる良品」掲載                                                                                                                          |
|          | 9月11日           | 南風原町議員研修にて「当プロジェクト」の歩みを説明                                                                                                                    |
|          | 9月26日           | 第5回 特産品開発モノづくり分野 会議                                                                                                                          |
|          | 9月26日<br>～10月2日 | デパートリウボウ1階スイーツステージにて<br>はえばる良品「ぴよぴよシフォン」販売                                                                                                   |
|          | 9月27日           | 南風原町役場1階ロビーにて はえばる良品<br>「ゆめかなえぼしパウンドケーキ」販売PR                                                                                                 |
| 10月      | 10月6日           | 第2回 南風原町ブランド推進委員会                                                                                                                            |
|          | 10月7日<br>～9日    | 浮島ガーデン 京都店「琉球の美しいもの展」にて<br>NUNUSAAAプロジェクト はえばるのまきもの販売PR                                                                                      |
|          | 10月19日          | 第6回 特産品開発モノづくり分野 会議                                                                                                                          |
| 11月      | 11月4日<br>・5日    | 第2回 鶴見ウチナー祭りにて はえばる良品<br>「澁しカボチャ使って味わうスープの素」販売PR                                                                                             |
|          | 11月6日<br>～10日   | RBC琉球放送「気ままにロハススタイル」にて<br>大城野菜生産農園加工所の取組みが紹介される                                                                                              |
|          | 11月11日          | 沖縄タイムス社にて<br>モノづくり分野「NUNUSAAAプロジェクト」の取組み掲載                                                                                                   |
|          | 11月15日          | NHK沖縄放送局 おきなわHOTeyeにて「南風原町産スターフルーツ」が紹介される                                                                                                    |
|          | 11月17日          | NHK福岡放送局 はっけんTVにて「南風原町産スターフルーツ」が紹介される                                                                                                        |
|          | 11月17日          | 第7回 特産品開発モノづくり分野 会議                                                                                                                          |
| 12月      | 12月1日           | 琉球新報社にて モノづくり分野<br>NUNUSAAAプロジェクト 京都出展 掲載<br>沖縄タイムス副読紙 らくら12月号にて<br>NUNUSAAAプロジェクトの取組み掲載<br>おきなわいちば 2018 winter 60にて<br>NUNUSAAAプロジェクトの取組み掲載 |
|          | 12月10日          | RBC琉球放送 島人の宝にて「NUNUSAAAプロジェクト」の取組みが紹介される                                                                                                     |
|          | 12月19日          | 第2回 南風原町ブランド推進委員会<br>第1回 南風原町ブランド選定委員会                                                                                                       |
|          | 12月26日          | 第8回 特産品開発モノづくり分野 会議<br>RKB毎日放送「世界一の九州がはじまる」取材                                                                                                |
|          |                 |                                                                                                                                              |
| 平成30年 1月 | 1月4日            | 南風原町商工会 会報誌 はえばる良品「ゆめかなえぼしパウンドケーキ」掲載                                                                                                         |
|          | 1月19日           | 第2回 南風原町ブランド選定委員会                                                                                                                            |
|          | 1月30日           | RKB毎日放送「世界一の九州がはじまる」にてNUNUSAAAプロジェクト 取材                                                                                                      |
| 2月       | 2月3日<br>～19日    | モノづくり分野 NUNUSAAAプロジェクト 旧寺崎邸（福岡<br>県八女市）にてトークイベント及びクッション展 開催                                                                                  |
|          | 2月6日            | 平成29年度 南風原町認定商品「はえばる良品」<br>（以下：町はえばる良品）について町長表敬                                                                                              |
|          | 2月10日<br>・11日   | 第9回 南風原物産展にて 町はえばる良品 発表                                                                                                                      |
|          | 2月22日           | 町村議会議員・事務局研修会にて町はえばる良品 販売PR                                                                                                                  |
|          | 2月20日<br>～26日   | デパートリウボウ1階スイーツステージにて<br>はえばる良品「ぴよぴよシフォン」販売                                                                                                   |
|          | 2月26日           | 第9回 特産品開発 モノづくり分野 会議                                                                                                                         |
| 3月       | 3月2日            | 第4回 南風原町ブランド推進委員会                                                                                                                            |
|          | 3月30日           | RKB毎日放送「世界一の九州がはじまる」にて<br>NUNUSAAAプロジェクト 紹介                                                                                                  |

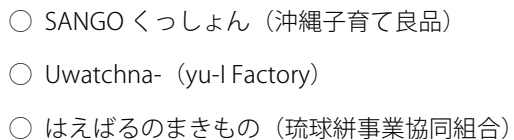


## 平成29年度 事業計画と実施内容について

| 事業計画                           | 実施内容                                                                                                                                                                                  | 成果・課題                                                                                                                                                 |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (1) 南風原町地域連携強化事業               | ○ 食品部門 15名、モノづくり部門 3名でチームを形成した。                                                                                                                                                       | ○ ワークショップ等などを頻繁に開催した事で、食品分野に関しては昨年に比べて参画者は増えたように感じた。ただ、モノづくり分野に関しては新規参加者が現れなかったので、今後は新規の参画者をどのように確保するが課題になると考える。                                      |
| (2) スキル向上事業                    | ○ 食品分野については、外部アドバイザーに青木 元 氏（株式会社ノイズバリュー）を招き、全4回の講習会を開催し、認定商品に関するメディアプロモーションなどのアドバイスを頂いた<br>○ モノづくり分野については、外部アドバイザーに江副 直樹 氏（ブンボ株式会社）を招き、全9回会議を開催し、情報発信などの日々のPR方法や県外出展についてなどのアドバイスを頂いた。 | ○ 食品、モノづくり分野共に講習会の影響もあり、各自でPRできるスキルが向上し、マスコミ等への掲載回数が大幅にアップした。今後はこの活動が継続しPRし続けられる事が課題になると考える。                                                          |
| (3) 南風原町<br>ものづくり企画開発事業        | ○ 琉球絨 / 南風原花織 クッション開発・モノづくり会議を開催する中で、南風原の織物をクッションをいう形にして見せるのは面白いのではないかと。という事で実験的に制作した。                                                                                                | ○ 福岡県八女市で販売した際に機械織りの安価な商品よりも販売個数が多かったという結果より、とても可能性のある商品に感じる。<br>今後は、このような商品を活用して収益化できる仕組みづくりが課題になると考える                                               |
| (4) 情報発信事業                     | ○ 食品部門、モノづくり部門、ワークショップ等の効果もあり、SNSなどを活かして各自で情報発信ができるようになったと感じる                                                                                                                         | ○ 各事業者の情報発信力アップの効果が、下記のPR記事掲載回数につながったと考える。今後は、このような活動が継続して行えるかが課題になると考える。                                                                             |
| (5) 南風原町地域ブランド<br>PR・マーケティング事業 | ○ PR記事 合計26回<br>・町広報誌 5回<br>・商工会広報誌 3回<br>・地元新聞社（琉球新報/沖縄タイムス）8回<br>・その他雑誌等掲載 4回<br>・メディア紹介 6回<br>※詳細は別紙パブリシティへの活動報告を参照<br>○ 出展合計 12回<br>・県外 3回<br>・県内 9回                              | ○ スキル向上事業、情報発信事業の効果のおかげで例年にくらべて大幅にPR回数が増加した。地元紙等の掲載が増えた事でテレビなどマスメディアで紹介された事は当事業の大きな成果ではないかと考える。今後はこの手法を町内事業者に伝えて各事業者がメディアに取り上げられる仕組み作りを作る事が課題になると考える。 |
| (6) 南風原町<br>地域ブランド販路開拓事業       | ○ 販路先開拓 2件<br>・南風原町ふるさと納税事業<br>・うなぎの寝床株式会社                                                                                                                                            | ○ 町内事業者が自社販売を主としている為、取引先が増えないのが現状ではあったが、2件開拓する事ができた。今後は、町内事業者と意見交換をしながら販路先をどのように開拓していくかが大きな課題になると考える。                                                 |
| (7) 南風原町地域ブランド認証事業             | ○ 新規認証商品 3品<br>・沖縄キビまる豚<br>・SANGOクッション<br>・Uwatchna-                                                                                                                                  | ○ 選定委員の意見もあり、町内の知名度のある3商品を新たに認定商品に認定した。10品以上あれば、南風原ブランドとして町外に出展しても南風原町の魅力をPRできると思うので、次年度は3商品以上を選定できるように期待する。                                          |

平成 29 年 12 月 19 日に南風原町地域ブランド選定委員会を開催し、平成 29 年度 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」を選定し、2 月 6 日に南風原町長（城間俊安）に報告、承認を受け、2 月 10 日 第 9 回 南風原物産展にて南風原町（城間俊安町長）、南風原町商工会（金城宏孝会長）の連名で認定した。

- 漉しかばちゃ使って味わうスープの素（大城野菜生産農園加工所）
- ゆめかなえぼしパウンドケーキ（ケーキの店 DUO）
- 沖縄キビまる豚（農業生産法人株式会社福まる農場）
- ぴよぴよシフォン（美ら卵養鶏場）





## ○パブリシティへの活動報告について

### 4月



4月6日：沖縄タイムス社 掲載



4月20日：沖縄タイムス社 掲載



4月21日～23日：第9回 沖縄国際映画祭りにて

### 5月



5月12日：琉球新報社 掲載



5月18日：南風原町商工会 総代会にて

### 6月



6月20日(日)：RBC 琉球放送「島人の宝」にて、南風原町商工会認定商品『はえばる良品』の「瀬しかぼちゃ使って味わうスープの素（大城野菜生産農園加工所）」、「ぴよぴよシフォン（美ら卵養鶏場）」が紹介されました。







## ○パブリシティへの活動について

### 9月



広報はえばる 9月号 掲載



9月1日：琉球新報社 掲載



9月6日：南風原町役場にて出展 PR  
「漉しかぼちゃ使って味わうスープの素  
(大城野菜生産農園加工所)」



9月7日：南風原町役場にて出展 PR  
「ぴよぴよシフォン (美ら卵養鶏場)」



9月27日：南風原町役場にて出展 PR  
「ゆめかなえしパウンドケーキ  
(ケーキ店 DUO)」



9月26日(火)～10月2日(月)  
那覇市久茂地 デパート リウボウ 1階 スイーツステージにて  
「ぴよぴよシフォン (美ら卵養鶏場)」販売

### 10月



10月7日(土)～9日(月) 浮島ガーデン京都店にて「はえばるのまきもの」出展 PR

## ○パブリシティへの活動について

### 11月



11月3日(土)・4日(日)横浜市鶴見区で開催された第2回 鶴見ウチナー祭に「漉しかぼちゃ使って味わうスープの素(大城野菜生産加工所)」が出品しました



11月6日(月)～10日(金) RBC 琉球放送「気ままにロハススタイル」にて大城野菜生産加工所の取り組みが紹介されました。



11月12日：沖縄タイムス社 掲載



11月15日(水)  
NHK 沖縄放送局  
おきなわ HOTeye

11月17日(金)  
NHK 福岡放送局  
はっけんTV  
にて「南風原町産  
スターフルーツ」が  
紹介されました。

### 12月



12月1日：琉球新報社 掲載



沖縄タイムス 副読紙らくら 12月号(上)  
おきなわいちば 2018 winter 60(右下)



12月10日(日) RBC 琉球放送「島人の宝」にてモノづくり分野 NUNUSAAA プロジェクトの取り組みが紹介されました



○ パブリシティへの活動について

- 平成30年3月25日（日）RKB毎日テレビ「世界一の九州がはじまる」にて  
非食品部門NUNUSAAAプロジェクトが紹介されました。

**KIRIN presents**  
九州・沖縄共同制作番組

**世界一の九州がはじまる!**

We're proud of KYUSHU&OKINAWA

**世界一の九州&沖縄始動!**

**rkb NBC RKK OBS mrt MBC RBC**  
毎週日曜日午前10時15分放送  
RBCのみ 毎週金曜日深夜0時40分

九州で、情熱を傾け、挑戦する人たち。  
命をつなぐ食の生産者、伝統工芸に新しい技術や素材を組み合わせる工芸家、  
若きクリエイター、最先端技術に挑む企業技術者や町工場、世界記録へ挑む  
アスリート、人気ショップやイベントの仕掛け人、巨大建設物のプロジェクトリーダー、  
さまざまなジャンルで「世界一」と闘ふことの出来る九州の魅力を紹介します。

母組内キリンCMタイアップ曲  
「白い世界」byMEGA LOVE

世界一の九州が始まる!  
Facebookページはこちら >

過去の放送

次回の放送予告



## 平成 29 年 4 月 11 日（火） 「第 1 回 特産品開発モノづくり分野 会議」



【 場 所 】 南風原町商工会 1 階研修室

【 参 加 者 】

・大城 拓也 氏（NUNU 工房） ・大城 幸司 氏（丸正織物工房） ・大城 美枝子 氏（手織工房 おおしろ）

【 外部アドバイザー 】 ・江副 直樹 氏（ブンゴ株式会社）※ skype にて参加

【 事 務 局 】（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト）

・大城 雅史（主任）・金城 昌之 / 島袋 さやか（支援員）

【 内 容 】

1. 平成 29 年 3 月 25 日（土）トークイベント「伝統をえぐる」の反省など
2. 今年度の NUNUSAAA プロジェクトの目標について
3. 共通認識事項について
4. 今年度のアクションプランについて
5. 情報発信について
6. 外部アドバイザーについて
7. その他、意見交換、情報共有について

【 議事録 】

### ○ 平成 29 年 3 月 25 日（土）トークイベント「伝統をえぐる」の反省など

参画事業者より、トークイベントの反省、参加者からの声などを聞き、今後どのようにすべきかを話し合った。

・伝統工芸業界で成功している事業者の話ではないか。

・成功しているので、いろんな事業に取り組めるのでは

との指摘があった。

・どのようにして事業を拡大できたか。などのノウハウが聞きたかった。

ただ、上記のような意見は、伝統工芸従事者の関係者が多かったからではないだろうか。と考えられる。

今回話した内容は、「県外向け」だったのではないかと意見があった。

県内でのトークイベントだと、どうしても業界関係者が多くなる傾向にあるので「伝統を継ぐこと」のようなテーマで話した方が面白いのではと提案があった。

### ○ 今年度の NUNUSAAA プロジェクトの目標について

・自分達で情報を発信して、運用できるサイトにしたい。

・ショッピングカートを設置して、販売にもつなげていきたい。



その為には、

- ・まずは、失敗してもよいので自分達で発信していかなければと思う。
- それに対しての江副さんからのアドバイスが必要と考える。

#### ○ 共通認識事項について

- ・今年度も前年度に引き続き、ストールを制作し、ストールをPRしながら NUNUSAAA プロジェクトについて広めていきたい。

#### ○ 今年度のアクションプランについて

- ・予算上で、ヒカリエの出展がきびしいのであれば、京都の浮島ガーデンはどうか。と提案があった。浮島ガーデンは、オーガニック食材を使った専門レストランで、訪れる客も食材にこだわりを持った方が多く、手仕事などに興味をもっている方も多いの事。また京都の浮島ガーデンの 2F には、50 名前後を収容できるスペースがあり、さまざまなイベントが定期的に行われているとの事なので、NUNUSAAA の県外出展に場所の候補によいのではないと思う。(大城幸司氏より・京都 浮島ガーデン右写真 HP: <http://ukishima-garden.com/kyoto/>)

- ・9 月頃 県外で出展しその後、11、12 月頃に県内で出展するのはどうか。との提案があった。(大城拓也氏より)

#### ○ 情報発信について

- ・まずは自分達で発信しないと「どのような情報を発信していいかわからない」ので、各自で NUNUSAAA 公式 Facebook ページにて失敗してもいいので自分が、イイと思う「琉球絣、南風原花織」に関する写真を発信する。
- ・今年は、NUNUSAAA HP 上にショッピングカートも設置し、販売できる形にしたい。
- ・現状では、更新が止まっているので自分達で更新できる形にしたい。

#### ○ 外部アドバイザーについて

- ・今年度も引き続き 江副 直樹氏（ブンボ株式会社）に依頼したい。という事で一同同意。

## 平成 29 年 5 月 9 日（火） 「第 2 回 特産品開発モノづくり分野 会議」



【場 所】南風原町商工会 1 階研修室

【参 加 者】

・大城 拓也 氏（NUNU 工房） ・大城 幸司 氏（丸正織物工房）

【外部アドバイザー】 ・江副 直樹 氏（ブンボ株式会社）※ skype にて参加

【事 務 局】（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト） ・金城 昌之 / 島袋 さやか（支援員）

【内 容】

1. 平成 29 年 4 月 11 日（火） 第 1 回 モノづくり会議 振り返り
2. NUNUSAAA プロジェクトの情報発信について
3. 県外出展について
4. 外部アドバイザー江副氏からのアドバイス
5. その他、意見交換、情報共有について

【議事録】

### ○ NUNUSAAA プロジェクトの情報発信について

・ブログは、文章を書かないといけないという使命感を感じるので、気軽に更新する事ができず、Instagram がよいのではないかと考える。というのもInstagramは、写真をアップするだけで、手軽なのでやりやすいと思うので、まずはnususaaa 3人がそれぞれのアカウントを取得し、可能な限り、毎日「工房の風景」など、なんらかしらのnususaaaの情報を発信していくという事に決定した。

・また、Instagramは、nususaaaのFacebookページのアカウントとも連動できるので、設定してはどうか。と提案があった。（江副氏より）

（外部アドバイザー 江副氏より）

・フェイスブックページ、InstagramなどのSNSで積極的に情報を発信し、nususaaaの事を知ってもらい、ホームページの3人のインタビュー記事を読んでもらえるように仕掛けていきたい。また、「nususaaa と言えば、〇〇〇」などのような各nususaaaをPRできる商品のブラッシュアップが今年度は必要だと考える。

### ○県外出展について

・「八女 うなぎの寝床」への出展について

うなぎの寝床は、現在 とても注目されているアンテナショップなので、イベントを開催しても集客は見込めるのではないと思う。（大城拓也氏より）

- ・「京都浮島ガーデン」への出展について

先方からのオファーがあり、京都という立地柄は、販売にもつながるのではないかと考える。(大城幸司氏より)  
(大城拓也氏より)

・NUNUSAAA には、まだまだ認知度が低いので、既存で顧客を持っている販売店で展示会を実施した方が、効率がよいのではないかと考える。

(外部アドバイザー 江副氏より)

- ・八女市のような田舎よりは、人口密度の多い都会での出展がよいと思う。
- ・京都の浮島ガーデンについては、菜食主義者をターゲットにしている店舗なので、NUNUSAAA が目指すターゲットとは違うのではないかと考える。
- ・出展の目的を「販売中心」なのか、「PR 中心」なのか今一度、明確にする必要があると思う。
- ・現状としては、まだまだ PR をやりはじめたばかりなので、「PR 中心の出展にしながら、NUNUSAAA といえば、〇〇〇の商品」というのを伝えていく方がよいのではないかと考える。
- ・PR 中心の出展と考えると上記の 2 店舗よりも、東京都内のクリエイターがあつまりそうな発信力のある施設でやるほうがよいと思う。予算の関係から考えると今、別プロジェクトでやりとりのある「KYODO HOUSE」などで開催するのは、よいのではないかと考える。



KYODO HOUSE イメージ写真

#### ○ 江副氏からの課題

- ・次回の会議までに「NUNUSAAA (各工房でよい。) といえば、〇〇〇」と言える具体的な商品について考える。
- ・次回の会議は、6/5 (月) の予定

## 平成 29 年 5 月 3 0 日 第 1 回 食品部門 ワークショップ開催



### 【出席者】

- ・知名 伸一 氏（（有）美ら卵養鶏場）
- ・上江洲 俊介 氏（㈱アキプロモーション）
- ・與那覇 政儀 氏（ケーキの店デュウオ）
- ・大城 清美 氏（大城野菜生産農園加工所）
- ・野原 和子 氏（のはらファーム）
- ・大城 清子 氏（美花城ファーム）

### 【講師】

- ・青木 元 氏（株式会社 ノイズ・バリュー社）

### 【事務局】（南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト）

- ・大城 雅史 （主任） 金城 昌之（支援員） 島袋 さやか（支援員）
- ・金城 和也 （南風原町商工会 経営指導員）

### 【内容】

1. 本ワークショップの紹介
2. 小規模事業者が果たすべきPR方法

### 【議事録】

昨年から参加した事業者においては、ワークショップに参加して成果を出している。小規模事業者においては商工会を活用しながら事業に取り組んでほしい。今回全4回のワークショップを開催するので、是非参加していただきたい。

#### ●小規模事業者が果たすべきPR方法

- ・情報収集の仕方

<調査方法> ・何を調査するか明確にする。

1. 定量情報 数値で把握できる情報（YES/NO）
2. 定性情報 なぜそう思ったのか

| 定量情報                                                                                   | 定性情報                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>・好きか嫌いか</li><li>・感心があるか</li><li>・ボリューム</li></ul> | 定量情報でわからないところは<br>定性情報で補足する |

昨年度ワークショップに参加した3事業者より感想と課題を述べていただいた。



・與那覇 政儀 氏（ケーキの店デュウオ）

自分では美味しいと思ったけど、アンケート取ったら反応が悪かった。次はパッケージを作りたい。

青木 元 氏より

スターフルーツの加工品は県内ではデュウオしかないなので、継続して制作するとスターフルーツの加工品＝デュウオのイメージになるのではないかと思います。

・大城 清美 氏（大城野菜生産農園加工所）

試作品の開発は予想以上に大変だったが、なめらかさを出して糖度計を取り入れ試作品をつくり良い商品ができた。パッケージを改良して以前よりも手に取ってもらえるようになった。

青木 元 氏より

当初のスープは、添加物が多数入っていた。昨年度開発したのは、添加物を抜いて自分で一手間加えて作る商品にした。そうする事で南風原かぼちゃらしさがより出るのではないかと考えた。

・知名 伸一 氏（有限会社美ら卵養鶏場）

味は良いが、パッケージが開けにくい。食べやすいようにクリームのを調査して、ブラッシュアップした。パッケージを改良し、売上3倍アップを目指す。

上記3社のように語れる事がたくさんあり、じっくり商品開発をしたら、伝えたい情報がたくさんでくる。良い商品は独り歩きしてくれるので、コンセプトをお客様が勝手に話してくれる。（コンセプト：共有財産）第3者が語る事で、一般消費者への説得力がUPする。

商品開発について語る3事業者



與那覇政儀氏（ケーキの店 DUO）



大城清美氏（大城野菜生産農園加工所）



知名 伸一氏（美ら卵養鶏場）

●商品PRに関する課題について

- ・ネットでの集客
- ・卸ではなく直接顧客にPR
- ・地域をPRする材料探し
- ・限定での取り扱いに関するPRの活かし方
- ・課題だらけのスターフルーツを地域の事業者と連携して解決する。

●各事業者からの質問

- ・限定での取り扱いに関するPRの拾い方（デュウオ）

限定商品は、PRの為にやる。PR時に販売する時に自社の魅力を伝える方法を考える。

七夕時にスターフルーツの加工品を販売する事はニュースになる。

- ・ 自社の強みを多くの人に伝えたい。(美ら卵養鶏場)

#### ●B to Cに響くPR方法

##### 1. 商品の強みを抽出してPRする

- ・ 東村のタコライスソースの事例を紹介
- ・ 顧客のインサイトを活用した事例
- ・ ネーミングよりターゲットを絞る (トロピカルソース→タコライスソース)

##### 2. ブランドのタッチポイントを増やす

- ・ 那覇ベーカリー石垣ブラウンケーキの事例を紹介
- ・ 接点を増やし徹底的にやっていく
- ・ プライスカード、商品パッケージ、仕様書、看板、のぼり
- ・ 事業者の思いと良いものを届ける
- ・ 同じイメージ、同じコンセプト
- ・ 黒糖ケーキだと競合が多いので中身は黒糖ケーキだけど、ケーキの形をちょっと工夫いして名前を「エンジェルブラウンケーキ」にした。

#### ●B to BへのPR

- ・ バジルソースの事例では、仕様書をきちんと用意し、商品PRも同時に行う。
- ・ 照間ビーグの事例では、ブランドイメージを統一する。
- ・ 写真イメージ、パンフレットイメージ等
- ・ イベント出展時には、新規の見込みお客様には地図付きチラシを渡す
- ・ 既存のお客様には、イベントに来ていただいたら、サービスをプレゼント
- ・ 核となる魅力ある商品があるか。
- ・ 顧客とのタッチポイントを重要視する。

## 平成 29 年 6 月 16 日（木） 「第 3 回 特産品開発モノづくり分野 会議」



【場 所】南風原町商工会 1 階 研修室

【参 加 者】

・大城 拓也 氏（NUNU 工房） ・大城 幸司 氏（丸正織物工房） ・大城 美枝子 氏（手織工房 おおしろ）

【外部アドバイザー】 ・江副 直樹 氏（ブンボ株式会社）

【事 務 局】（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト） ・金城 昌之 / 島袋 さやか（支援員）

【内 容】

1. 平成 29 年 5 月 9 日（火）第 2 回 モノづくり会議 振り返り
2. NUNUSAAA プロジェクトの各自の情報発信について
3. 県外出展について
4. 「NUNUSAAA といえば」について
5. 外部アドバイザー 江副氏からのアドバイス
6. その他、意見交換、情報共有について

【議事録】

### ○ NUNUSAAA プロジェクトの各自の情報発信について

（外部アドバイザー 江副氏より）

・Facebook に加えて、インスタグラムなどの無料の SNS を活用し、各工房の「作業プロセス」を掲載していった方がよいと思う。完成した商品（作品）よりも「作業プロセス」もしくは「風景」などが好ましい。

### ○ 県外出展について

（外部アドバイザー 江副氏より）

・出展場所については、東京の経堂にある「KYODO HOUSE」が、オーナーも発信力があり、開催する意味があるのではないかと考える。今月末に東京のそこ（KYODO HOUSE）で開催されるイベントに私がファシリテーターとして参加する為、それを踏まえて場所を決定したいと考える。

・京都 浮島ガーデンへの出展については、予算があまりかからないのであれば、良いのではないかと考える。

### ○ 「NUNUSAAA といえば」について

（大城美枝子氏より）

・和服に興味のない人にも「手織り」の魅力を伝えたい。いずれは、洋服の生地にも挑戦したい。

＜実際の各工房のサンプル品を見ながら意見交換＞



- ・美枝子氏 南風原花織 最高峰の技術 紹織の技術を活用し、黒のみで制作したモダンなストール
- ・幸司 氏 琉球王朝時代に王様が着用していた柄をモチーフにしたストール
- ・拓也 氏 手紬の糸。それを活用し制作したい生地サンプル

（外部アドバイザー 江副氏より）

- ・手仕事でしかできない事を考えるのはよいと思う。
- ・NUNUSAAA がやるべき事は、本質的には、伝統に縛られない「革新的」な事でないかと思う。
- ・各工房の考える革新的な商品サンプルを制作し、その情報を発信していけば良いのかなと思う。例えば、金属の糸を使って織り、紺部分をバナーなど火で炙り、柄を出す。とか、世界一細い糸など最先端素材を使って織ってみるなど

○ 江副氏からの課題

- ・次回の会議までにトークイベントで「呼んでみたいゲスト」について考える。伝統工芸関係だと、トークイベントの範囲が想像できて面白くないので伝統工芸産業以外の人が好ましい。



## 平成 29 年 6 月 20 日 第 2 回 食品部門 ワークショップ開催



### 【出席者】

- ・知名 伸一 氏（（有）美ら卵養鶏場）
- ・上江洲 俊介 氏（㈱アキプロモーション）
- ・與那覇 政儀 氏（ケーキの店デュウオ）
- ・大城 清美 氏（大城野菜生産農園加工所）
- ・野原 恵子 氏（筆工房一書）
- ・野原 和子 氏（のはらファーム）
- ・大城 清子 氏（美花城ファーム）
- ・赤平 伸也 氏（I T 通信株式会社）
- ・花城 清和 氏（合資会社協和）
- ・長嶺 優太 氏（南風原町役場産業振興課）

### 【講師】

- ・青木 元 氏（株式会社 ノイズ・バリュー社）

### 【事務局】（南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト）

- ・大城 雅史 （主任） 金城 昌之（支援員） 島袋 さやか（支援員）
- ・金城 和也 （南風原町商工会 経営指導員）

### 【内容】

- ・企画書・ニュースリリースの書き方と補助金事業の獲得の為に準備すべきこと

### 【議事録】

#### ●広報と広告の違いについて

広報とは、ニュース性を感じてもらいながら発信し、無料で紹介してもらえる。

広告は、対価さえ払えば自由に表現可能である。詳しい違いについては、以下の内容の通りである。

|                   | 広報           | 広告           |
|-------------------|--------------|--------------|
| 掲載の採否の<br>決定権、編集権 | メディア         | 企業（広告主）      |
| 費用                | 無料           | 有料           |
| 掲載の形態             | 記事・報道        | 広告・CM        |
| 情報の対象             | 読者、視聴者       | 見込み顧客        |
| 情報の目的             | 読者、視聴者に有益な情報 | 販売プロモーション等営業 |

|            |                                                                                                                                                 |                                                                                                                           |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 重視されるポイント  | 新規性、独自性、社会性、時代性                                                                                                                                 | 特になし                                                                                                                      |
| 情報の特性      | 客観的                                                                                                                                             | 主観的                                                                                                                       |
| 情報の説得力     | 高い                                                                                                                                              | 低い                                                                                                                        |
| 情報の発信方法    | プレスリリース/個別アプローチ<br>行政関係者など                                                                                                                      | PR会社、代理店など                                                                                                                |
| アプローチする担当者 | 記者・編集者                                                                                                                                          | 広告部・広告局                                                                                                                   |
| 決定的な違い     | <ul style="list-style-type: none"> <li>●無料かつ効果的だがメディア側への配慮が必要</li> <li>●決定権や編集権はあくまでメディア側であり、メディアのいくつかのルールを順守したうえで、戦略的にアプローチする必要がある。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>●費用さえ払えば、基本的に自由な掲載ができる。効果はアタリ、ハズレが多い。</li> <li>●一定の投下量が求められる（1回のみ効果は薄い）</li> </ul> |

#### 広報のポイントと流れについて

- ① 高い技術力、独創的なサービスなどの優位性ある話題
- ② 社会問題を解決する、社会の話題に関わる技術・サービス、取り組み
- ③ 季節モノ
- ④ 新しい考え方、潮流、ブーム
- ⑤ ドラマ

#### ●プレスリリースに向けて

- ・目的（伝えたいことは何か）                      ・ニュース価値があるかの判断
- ・狙いを定める（媒体の選択/紙面・企画の選択）    ・自ら作ること客観視する習慣を身に着ける
- ・タイミングを計る

#### ●企画書作成に求められるスキル

- ・情報収集、情報編集、デザインが大事でコミュニケーションを図る相手（企画の提案先）がどのような方を想定して、企画書を作る事も重要である。

#### ●受け手に響くメッセージの作り方（6つのポイント）

- ① 単純明快 回りくどい言い方は避ける（説明は口頭で補足）
- ② 意外性（表現を変え相手を驚かす）
- ③ 具体的（相手が具体的にイメージ出来る表現を使う）
- ④ 信頼性（相手に信頼してもらえる実績を掲示）
- ⑤ 感情訴求（定量で響かない相手には、訂正で訴求）
- ⑥ 物語性（体験談で語る）

企画書とはコミュニケーションを図る為のきっかけである。そのゴールを目指し具体的な施作を明確にする事が大事である。

## 平成 29 年 7 月 12 日 第 1 回 南風原町ブランド推進委員会



### 【 参加者 】

- ・青木 元 氏（株式会社 ノイズバリュー社）      ・藤原 政勝 氏（南風原町観光協会）
- ・城間 律子 氏（琉球紺事業協同組合）      ・高橋 庸正 氏（IT 通信株式会社）
- ・金城 有起 氏（NPO 法人 沖縄県工芸産業協働センター）
- ・大城 清子 氏（沖縄県女性農業士）      ・仲本 明 氏（イカリ消毒沖縄 株式会社）
- ・伊波 仁 氏（南風原町商工会）

### 【 事 務 局 】（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト）

- ・大城 雅史（主任）      ・金城 昌之（支援員）      ・島袋 さやか（支援員）
- ・金城 和也（南風原町商工会 経営指導員）

### 【 内 容 】

1. 開会の挨拶
2. 委嘱状交付
3. 議題
  - ① 平成 29 年度 4 月-6 月の活動報告
  - ② 平成 29 年度 アクションプラン（案）
  - ③ はえばる良品の推進方法について
  - ④ はえばる良品の運営方法について
4. その他、情報共有、意見交換など
5. 閉会のあいさつ

## 【 議事録 】

### ○ はえばる良品の推進方法について

＜アドバイザー 青木元氏より＞

・食品部門の認定商品については、3品中2品が日持ちしないので、逆に「日持ちしない」のを売りにするのはどうか。戦略をしっかりと考えて、地味にコツコツやるのが逆に目立つと思う。

- ① 地元の人に知ってもらう
- ② 商工会青年部及び女性部など関係者との情報共有  
など、地元だからできる協力体制を確立し、周知拡大にむけて取り組んだ方がよいと思う

＜南風原町観光協会 藤原局長より＞

・町内の銀行4行（琉球銀行、沖縄銀行、海邦銀行2支店）は、フライヤーの設置などは快く引き受けてくれる。  
・沖縄コンベンションビューローへのPRも可能なので、今回のような認定商品などPRして欲しいモノがあたったら、気軽に言ってほしい。

＜IT通信株式会社 高橋庸正氏より＞

・FBページも定期的に更新されており、インターネット上での情報発信もしっかりできていると思う。

＜沖縄県女性農業士 大城清子氏より＞

・南風原町津嘉山にあるファーマーズマーケットくがに市場をもっと活用してPRすべきだと思う。

### ○ はえばる良品の運営方法について

＜アドバイザー 青木 元氏より＞

・とてもよい取組みだと思うので、次年度以降どのように継続していくか。町役場の担当者も会議に参加して頂き、認定商品の取組みをどのようにしたら継続できるのか。この会議の場でみんなで協議するのがよいと思う。

### ○ その他、情報共有、意見交換について

＜琉球絃事業協同組合 城間 律子氏より＞

・先日、南風原花織で東京の経済産業省に訪問した際に手土産として「ぴよぴよシフォン」を持って行った。

＜イカリ消毒沖縄株式会社 仲本 明氏より＞

・食品表示法など当方が協力できる事は、積極的に協力できればと思うので、気軽に相談してほしい。

＜南風原町観光協会 藤原政勝氏より＞

・今週末キッズパークがあるので、そこでも出展もしくはPRブースをだすのはどうか。



## 平成 29 年 7 月 18 日 第 3 回 食品部門 ワークショップ 開催



### 【 参加者 】

- ・大城 清美 氏（大城野菜生産農園加工所）
- ・大城 清子 氏（沖縄県女性農業士）
- ・渡名喜 庸平 氏（IT 通信株式会社）
- ・與那覇 政儀 氏（ケーキの店 DUO）
- ・崎原 秀俊 氏（株式会社ふくまる農場）

### 【 事 務 局 】（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト）

- ・大城 雅史（主任） ・金城 昌之（支援員） ・島袋 さやか（支援員）
- ・長嶺 優太（南風原町役場 産業振興課）

### 【 内 容 】

1. 講師の紹介（カメラマン 上杉 茂尚）
2. 写真撮影について
  - ① 良い写真の条件
  - ② 光について
  - ③ アングルについて
3. 実践ワークショップ

### 【 議事録 】

#### ○ 「良い写真の条件」について

##### ① 目的が明確である

- ・何を撮ろうとしているのか。が明確である
- ・撮ったモノをどうしたいのか（パンフレットにするか・SNS などで発信したいのか）

##### ② 考えて撮影がされている

- ・構図などが考えられているか。

##### ③ 写真を見た瞬間に何を撮っているかわかる写真

- ・パッと見て、「これイイ！」と思う写真
- ・撮影者が意図している目的物に目がいくか。どうか

### ○「光の使い方」について

- ・なぜ明るい写真がいいのか。

目的物の被写体にすぐ目がいく為

### ○「光の種類」について

1. 自然光（色目がきちんと綺麗にでる）
2. 蛍光灯（緑色っぽい）
3. LED ライト（赤黄色っぽい色）
4. ストロボ（フラッシュ）（色目がきちんと綺麗にでる）

強い光なので、やわらかくする必要がある

一番は、自然光で撮るのがベスト。本日のワークショップでは自然光を使った撮影方法について実践したいと思う。

### ○「自然光」について

特徴：自然光は、誰でもタダで使うことができる

### ○「光の使い方」について

1. 逆光を使う。
2. やわらかい光をつかう

<室内の場合>

窓際（強い）窓から離れたところ（やわらかい）

### ○ アングルについて

構図を意識することで「モノを見る目」が養われる

1. 皿が切れるくらによる
2. 料理を少し振って見る
3. 左右どちらかに寄せる
4. もう一品は対角線上に置く

いろいろ話したが、「何事もやってみる事が大切」 まずは、撮りたいモノを撮ってみる。

撮らないと良いか、悪いかもわからない。上達のポイントは「いい写真があったら、真似てみる」

## 3. 実践ワークショップ

実際にスターフルーツ入りマドレーヌ「ゆめかなえぼし」を使って参加者で写真を撮影してみる



逆光で普段通り撮影した場合



逆光にてレフ版を使って撮影した場合

## 平成 29 年 7 月 25 日（火） 「第 4 回 特産品開発モノづくり分野 会議」



【 場 所 】 南風原町商工会 1 階研修室

【 参 加 者 】

・大城 拓也 氏（NUNU 工房） ・大城 幸司 氏（丸正織物工房） ・大城 美枝子 氏（手織工房 おおしろ）

【 外部アドバイザー 】 ・江副 直樹 氏（ブンゴ株式会社）※ skype にて参加

【 事 務 局 】（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト） ・金城 昌之 / 島袋 さやか（支援員）

【 内 容 】

1. 平成 29 年 6 月 16 日（木）第 3 回 モノづくり会議 振り返り
2. NUNUSAAA プロジェクトの各自の情報発信について
3. 県外出展について
4. 「トークイベントで呼んでみたいゲスト」について
5. サンプル商品の制作について
6. 外部アドバイザー 江副氏からのアドバイス
7. その他、意見交換、情報共有について

【 議事録 】

※今会議は、琉球新報の取材も同時に行われております。

### ○ NUNUSAAA プロジェクトの各自の情報発信について

（大城美枝子氏より質問）

・ 仕事内容がルーティン（同じ事の繰り返し）なので、同じ写真を掲載しているような感じになってしまうような感じがしてなかなか撮影できない。

（外部アドバイザー 江副氏より）

・ 同じ作業でもアングルを変えたり、寄って撮影する、引いて撮影するなどで別の写真に見える。

・ 更新頻度はとても良いと思う。1 日に各工房が 1 枚ずつ掲載すると合計 3 枚になるので、各工房で調整して 1 日 1 枚ずつ掲載さえる方がよいと思う。

・ インスタグラムに掲載される写真は、そのまま NUNUSAAA の Facebook ページにも転載して良いと思う。

### ○ 県外出展について

（外部アドバイザー 江副氏より）

・ KYODO HOUSE は、場所がとてもわかりにくいのと、狭いので、今回の NUNUSAAA のトークイベントには向かないと思う。代替案として下記を提案する。

## 1. 東京都内のファッション系の専門学校で所属する人気講師とのトークイベント



バンダイデザイン研究所



文化服装学院

## 2. デザイン、アート系のイベントが定期的で開催されるレンタルスペース



シブヤハウス



Creative HUB 131

## 3. カフェ併設レンタルスペース



Design Festa Gallery



ラ・ケヤキ

(NUNUSAAA メンバーより)

- ・ファッション系の専門学校はよいのではないかな。どのようにアプローチするかがポイントになると思う。

### ○「トークイベントで呼んでみたいゲスト」について

(外部アドバイザー 江副氏より)

- ・日本各地の伝統的な素材や技術を持つ職人と建築家やインテリアデザイナーをコーディネートし、様々な実績をあげている立川裕大氏は、どうかと提案あり。

詳細 <https://www.shigoto-ryokou.com/article/detail/234>

### ○ サンプル商品の制作について

- ・各工房にて金属繊維を仕入れてサンプル商品を制作する。
- ・大城 拓也氏が以前、使用した事があるので、拓也氏よりアドバイスをもらいながら購入先をあたってみる。



## 平成 29 年 8 月 29 日 第 4 回 食品部門ワークショップ 開催



### 【 参加者 】

- ・大城 清美氏（大城野菜生産農園加工所）
- ・大城 清子氏（女性農業士）
- ・與那覇 政儀氏（ケーキの店デュオオ）
- ・野原 恵子氏（ふで工房一書）
- ・大宜見 洋文氏（南風原町議会議員）
- ・中山 藍子氏 / 金城 春香氏（沖縄子育て良品株式会社）
- ・大兼久 裕太郎氏 / ・長浜 さやか氏（イノベーションサービス沖縄）
- ・森寺 大将氏 / ・花城 清和氏（合資会社協和）

### 【 講師 】

- ・我喜屋 俊二氏（株式会社ノイズ・バリュー社代表取締役）
- ・青木 元 氏（株式会社ノイズ・バリュー社）

### 【 事務局 】（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト）

- ・大城 雅史（主任）
- ・金城 昌之（支援員）
- ・島袋 さやか（支援員）

### 【 内 容 】

- ・デザイン思考とデザイン力を磨く

### 【 議 事 録 】

株式会社ノイズ・バリュー社我喜屋氏より

- デザイン・企画は「戦略」が大事！！
- 戦略がないと商品として長続きしない。

#### ○確立を上げる3つの領域

まずは自社が（もしくは商品が）どこを目指すのか？目標を定める。

#### ●【マーケティング】

- ・消費者（ターゲットを知る）
- ・競合を知る
- ・売場等の環境を知る

#### ●【デザイン】

- ・メーカーの想いを伝える
- ・商品の強みを伝える
- ・消費者の共感を掴む

#### ●【販路・流通】

- ・販売チャネルの選定
- ・売りやすい商品設計
- ・流通先への支援



東京と沖縄のデザインの決定的な違いは東京は分業制。請負予算額が大きい為、規模が大きくなり、デザイン・企画の仕事も細分化され分業制になる。長所として、専門性が高められるが、全体像がみえにくくなり、自分の分野以外の知識や感動が得られにくい。

沖縄は逆で、仕事の規模・予算額が小さい為、一人の人間が全体的に仕事をしなければいけない為、自分の分野以外の事柄から得られる物は多い。

#### ○クーブマンの目標値を使った戦略発想

それぞれのシェア率のそれぞれ競合他社が存在する場合の10%以下の企業のシェアを上げるのは至難の業と言われている。

逆にトップが26%でその他競合が10.9%の場合は競合企業が多い場合でも下位メーカーにもチャンスは巡って来る。

#### ○市場を細分化して考える。

市場シェアの26.1%など、それだけのシェアを誇る大型商品などはめったのあるものではない。

総量で見るのではなく、市場を細分化した上で目標値を当てはめると様々なものに適用出来る。

#### ○クーブマンの数値を活かす

クーブマンの目標値はシェア換算できるものであればブランドシェア以外の分野に応用する事も可能である。

クーブマンの目標値を当てはめてデザインを行うと素人でもある程度組み立てる事が出来る。

#### ○パッケージデザインに進む前に掲載情報を整理する。

沖縄県内メーカーに多いのが、企業の顔が見えない商品パッケージ。背面の原材料表示や基本情報の欄に小さく入っていると信用度も低下します。以下の情報に優先順位をつけ作り上げていく事。また、特に食品の場合は表示の規則が厳しく、発売後に訂正を指摘されたり、表示の不備で流通先から取引不可の判断される場合があります。法律に基づいた表示は必須です。

戦略が明確であれば、商品コンセプトがはっきりしてくる。パッケージもあえて、雑多な土産品と一線を画してシンプル・オシャレにして他と違うテイストで挑戦出来る。

業界や業種には、ある程度セオリー（法則）の様なものがあり、それを知った上で戦略を立てる事ができる。

動画や端末が発達した現代では、PR手段は商品のパッケージだけではない。動画やネットを活用して複合的

に、違う角度から消費者にアピールしていける。

VMD（ビジュアル・マーチャンダイジング）を活用し、視覚的に見やすく買いやすい売場づくりの為の戦略を立てる事も今後大事になってくる。 別添資料参照

#### <所 感>

全4回の講習会を通して学びの多いセミナーでした。初めて参加した方もいましたが、わかりやすい内容との事で好評でした。出来ればPOPのデザイン等もその場で書いてほしいとの意見もあり、講師の方と調整し実践的な内容も今後取り入れていきたい。※参加者アンケート別紙

## 平成 29 年 9 月 6 日 / 7 日 / 27 日 「はえばる良品」の出展 PR について

南風原町議会定例会の開催に合わせ、南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」を幅広く認知していただく為に、南風原町議会議員、南風原町役場職員及び南風原町民の方を対象に、PR 販売を行なう事を目的とし実施しました。

### < 販売商品 >

9 月 6 日：大城野菜生産農園加工所



濾しカボチャ使って味わうスープの素

9 月 7 日：美ら卵養鶏場



ぴよぴよシフォン

9 月 27 日：ケーキの店 DUO



ゆめかなえぼしパウンドケーキ

### < 販売実績 >

250 円×70 個 合計金額 17,500 円



濾しカボチャ使って味わうスープの素

270 円×100 個 合計 27,000 円



ぴよぴよシフォン

1,200 円×30 個 合計金額 36,000 円



ゆめかなえぼしパウンドケーキ

< 来庁数 > 約 200 名

### < 所 感 >

3 日間とも午後 12 時からのスタートでフライヤーを配布しながら、試食販売を行なった。

お昼休みということもあり大盛況であった。フライヤー配布及び南風原町役場担当課の長嶺氏の告知の協力もあり、販売開始より約 1 時間で完売となった。

## 平成 29 年 9 月 26 日（火） 「第 5 回 特産品開発モノづくり分野 会議」



【 場 所 】 南風原町商工会 1 階研修室

【 参 加 者 】

・大城 拓也 氏（NUNU 工房） ・大城 幸司 氏（丸正織物工房） ・大城 美枝子 氏（手織工房 おおしろ）

【 外部アドバイザー 】 ・江副 直樹 氏（ブンボ株式会社）※ skype にて参加

【 事 務 局 】（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト） ・金城 昌之 / 島袋 さやか（支援員）

【 内 容 】

1. 平成 29 年 7 月 25 日（火）第 4 回 モノづくり会議 振り返り
2. NUNUSAAA プロジェクトの各自の情報発信について
3. 東京出展について
4. サンプル商品の制作について
5. 外部アドバイザー 江副氏からのアドバイス
6. その他、意見交換、情報共有について

【 議事録 】

### ○ NUNUSAAA プロジェクトの各自の情報発信について

（外部アドバイザー 江副氏より）

・現状は、各工房が週 2,3 回のペースで UP（発信）しているので、とてもよいと思う。引き続き、先月アドバイスした事（同じ工程、場所でもアングルを変えながら撮影する）をチャレンジしながら、職人目線のいろいろな写真を UP して欲しい

### ○ 東京出展について

（NUNU 工房 大城拓也氏より）

・先月、提案して頂いた場所もよいと思うが、出展に係る備品代の経費などを考えたら難しい面も多々あると思う。現在、うなぎの寝床が店舗オープンを考えている「東京店」での出展がよいのではと考える

（外部アドバイザー 江副氏より）

・うなぎの寝床 東京店は、立地的には良いと思うが、問題は、トークイベント展示などが行えるか。の店舗の広さだと思う。うなぎの寝床の代表 白水氏に早急に問い合わせを確認したいと考える

### ○外部アドバイザー 江副さんからのアドバイス

「琉球絣・南風原花織の本質は何か」を常に考え、伝統技術、手仕事の大切な部分は変えずに NUNUSAAA の魅力が伝わるサンプル品を制作するのがポイントになると思う

## 平成 29 年 10 月 6 日 第 2 回 南風原町ブランド推進委員会



### 【 参 加 者 】

- 青木 元 氏（株式会社ノイズ・バリュー社：外部アドバイザー）
- 藤原 政勝 氏（一般社団法人南風原町観光協会 事務局長）
- 金城 有起 氏（NPO法人沖縄県工芸産業協働センター）
- 高橋 庸正 氏（IT通信株式会社）
- 大城 清子 氏（沖縄県女性農業士）
- 仲本 明 氏（イカリ消毒株式会社）
- 伊波 仁 氏（南風原町商工会 事務局長）

### 【 事 務 局 】（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト）

・大城 雅史（主任）

### 【 内 容 】

開会挨拶

1. 第1回南風原町地域ブランド推進委員会の振り返り
2. 平成 29 年度南風原町商工会認定商品「はえばる良品」の今年度の取組みについて
3. 「はえばる良品」のアクションプランについて
4. 平成 29 年度南風原町地域ブランド認定商品の募集について
5. 平成 29 年度南風原町地域ブランド認定商品選定要綱について
6. 南風原良品のラベル及びパッケージについて
7. その他、意見交換、情報共有など

<議事録>

○ 第1回南風原町地域ブランド推進委員会の振り返り

1. はえばる良品推進方法について
2. はえばる良品の運営方法について
3. その他、情報共有、意見交換について

○ 平成29年度南風原町商工会認定商品「はえばる良品」の今年度の取組みについて

平成28年度は南風原町商工会長名にて食品部門3品、非食品部門1品を認定した。

今年度は南風原町長名、南風原町商工会長名の連名にて認定する方向で調整している。

○ 「はえばる良品」のアクションプランについて

別紙スケジュールにて今年度の出展、PR、広報及びはえばる良品の認定スケジュールを報告した。

○ 平成29年度南風原町地域ブランド認定商品の募集について

今年度は10月10日～11月10日の期間にて募集する予定である。

○ 平成29年度南風原町地域ブランド認定商品選定要綱について

ブランド推進委員の皆様を選定要綱について大城より説明を行った。

1. 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」の選定要綱。(別紙資料参照)
2. 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」応募用紙。(別紙資料参照)
3. 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」採点基準。(別紙資料参照)

※ブランド推進委員の皆様、ブランド選定委員会の委員も兼務していただけるよう依頼をした。

※選定要綱については平成29年10月6日から施工する。

○ 南風原良品のラベル及びパッケージについて

<アドバイザー青木元氏より>

はえばる良品のパッケージに関しては、「事業者の思いと商品が一致して初めて良さがでる。はえばる良品が出来たからといって、直ぐにパッケージを作るのはお勧めしない。しかし南風原町内でブランド発信ができる雰囲気があれば、作っても良い。」との意見をいただいた。

○ その他、意見交換、情報共有など

- ・南風原町の農家が何を目標しているのか。
- ・市場とレストランの併設はできないか。
- ・くがに市場にて地域の特産品をアピール出来ないか。
- ・スターフルーツをドライフルーツに出来ないか。

各委員の皆様から貴重な意見を頂いた。

その中で外部アドバイザーの青木氏より「事業を始めるには誰が責任をもってやるのか。責任の所在が曖昧なままだと事業は継続できない。」とのご意見があった。



## 平成 29 年 10 月 7 日～9 日 浮島ガーデン京都店における「はえばるのまきもの」販売 PR



### 【参加者 / スピーカー】<NUNUSAAA メンバー>

・大城 拓也 氏 (NUNU 工房) ・大城 幸司 氏 (丸正織物工房) ・大城 美枝子 氏 (手織工房 おおしろ)

### 【事務局】(南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト)

・金城 昌之 / 島袋さやか (支援員)

### 【トークイベント来場者】・別紙参照

### 【内容】

今回は、浮島ガーデン 京都店 オーナー 中曽根 直子氏からの提案で、琉球絣/ 南風原花織の中心とした「琉球の美しいもの展」を開催した。

初日 10 月 7 日 (土) 17 時～18 時は、NUNUSAAA メンバーによりトークイベント「伝統ってなに？」を開催した。

### 【出展期間】

・平成 29 年 10 月 7 日 (土) ～9 日 (祝：月) 午前 11 時～午後 6 時

### 【場所】

浮島ガーデン京都展 (京都市中京区富小路通六角上る朝倉町 543 )

### 【販売実績】

- ・期間中の来場者数 約 230 名 ( 7 日：約 70 名 8 日：約 80 名 9 日：約 80 名 )
- ・ストール販売個数 3 個 (1 個 29800 円：税別)

### 【10 月 7 日トークイベントの様子】



## 【 トークイベント議事録 】

浮島ガーデンオーナー 仲宗根氏より今回のイベント趣旨説明。

NUNUSAAA メンバーの話を聞いていて、沖縄には手織り文化が残っている貴重な地域である事を認識し、それを京都の方にも聞いて頂きたく今回のトークイベントを開催しました

<「伝統ってなに？」>

・大城美枝子氏（手織工房おおしろ）より

伝統とは技法などが完成されていて、大きく変える事ができないモノ。数百年残っていると考えると完成されてる素晴らしいモノだと思う。ただ、今後の事を考えると時代に合わせて変化させないといけない時期に来ていると思う。

<「伝統を引き継ぐ上で大変なこと」>

・大城幸司氏（丸正織物工房）より

まだまだこの業界には見習いレベルの自分には、「伝統」について考えるといろいろなプレッシャーを感じる。

戦後の沖縄の何も無い状態から復興させたきた祖母たちの背景を見てみると、伝統を守ろうとしているのではなく、生活の為にただ、ただ、必死で日々制作していたように感じる。そのような「想い」や「姿勢」が『伝統』につながっていると感じる。今、伝統工芸業界が落ち込んでいると言われているが、戦後の復興時期に比べると現代人は努力がまだまだ足りないのではないかと考える。

・大城拓也氏（NUNU 工房）より

祖父は父を見ていて、その時代、時代に合わせた商品を作っているように感じる。今、ぼくたちに求められている事は先人達が作り上げた「伝統」を今に時代に合わせてどのように作っていくか。ではないかと考える。

## 【 感 想 】

10月7日(土) NUNUSAAA メンバー全員

10月8日（日）・9日（祝：月）大城拓也氏、事務局が、店頭に立ち接客を行った。

（丸正織物工房 大城幸司氏）

・トークイベントは、会場に入りきれない程のお客さまが訪れ、イベント後も名刺交換をしたり、様々な情報交換ができたのはよかった。ただ、来場者には当方が興味のあるファッション関係の人も来ていたので、もっと様々な意見交換をしたかった。



(手織工房おおしろ 大城美枝子氏)

・織物の本場、京都で琉球の織物の事を伝えられたのはとても有意義な事だと思った。本当は期間中、店頭にたつて来場者に南風原花織の魅力を説明したかった。織物などの高額商品は1人1人に丁寧に説明する事が重要だと思った。



(NUNU 工房 大城拓也氏)

・商品を販売する事のむずかしさを痛感した3日間だった。正直、2日目まで「はえばるのまきもの」の売上は0だった。最終日に事務局も協力して来場者に食欲に商品説明したのが、売り上げにつながったと思う。他の2人もこの販売姿勢を实践して欲しかった。



(事務局 島袋より)

・正直、来場者はトークイベント時を除いて琉球絣、南風原花織に興味があるというよりも、沖縄の物に興味があるという感じがした。ただ、私はNUNUSAAA プロジェクトのサポートで来ているのでNUNUSAAA メンバーの商品を押したが、知識不足であたりさわりのないことしか説明できなかった。今後は実施している事業に対して知識をもっと深めて情報発信をできるようにしたいと感る。

(事務局 金城より)

総括も含めて

・トークイベントは大盛況だったと思うが、販売につながらなかった点を踏まえると改善点はあるのではないかと考える。また、イベントに参加する姿勢については大城拓也氏のアドバイスもあり3日間でかなり変化することができたと思う。今後はこの考え方を他メンバーにも共有し、次回出展する東京ではさらに成功できるように期待したい。



## 平成 29 年 10 月 19 日（木） 「第 6 回 特産品開発モノづくり分野 会議」



【 場 所 】 南風原町商工会 1 階研修室

【 参 加 者 】 ・大城 拓也 氏（NUNU 工房）・大城 美枝子 氏（手織工房 おおしろ）

【 外部アドバイザー 】 ・江副 直樹 氏（ブンボ株式会社）※ skype にて参加

【 事 務 局 】（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト）・金城 昌之（支援員）・島袋 さやか（支援員）

【 内 容 】

1. 平成 29 年 9 月 26 日（火）第 5 回 モノづくり会議 振り返り  
及び 10 月 7 日（土）～9 日（月：祝）浮島ガーデン京都出展における振り返り
2. NUNUSAAA プロジェクトの各自の情報発信について
3. 東京出展の場所について
4. 東京出展におけるトークイベントの内容について
5. サンプル商品の制作について
6. 外部アドバイザー 江副氏からのアドバイス
7. その他、意見交換、情報共有について

### 【 議事録 】

#### ○ NUNUSAAA プロジェクトの各自の情報発信について

（外部アドバイザー 江副氏より）

・せっかくの京都出展の機会があったので、出展風景だけでなく、NUNUSAAA メンバーの京都での姿（京都の街を歩いている様子、食事の様子など）を写真に収めて情報発信してもよかったのではないかと思います。次回の東京出展の際にはぜひ、実施して欲しい。

#### ○ 東京出展場所について

（外部アドバイザー 江副氏より）

・東京出展に関しては「うなぎの寝床 東京店」及び「産地の学校」を大城拓也氏が、11 月 1 日より当プロジェクトとは別件で訪れるとの事なので、広さや雰囲気など拓也氏の報告を聞いてから最終決定したいと考える。次回の会議にて東京出展場所を最終決定する。

#### ○外部アドバイザー 江副さんからのアドバイス

- ・サンプル製品の作成は、「きちんと説明できる商品づくり」が重要だと考える
- ・3 者 3 用でかまわないので、チャレンジしている事が分かるサンプル品を制作してほしい。
- ・サンプル品の制作は、「見た目での PR」も良いが、大城美枝子さんが考えている「太い糸を使った『織物』と『編み物』の違いをみせるような「技術の PR」もよいと思う

## 平成 29 年 11 月 4 日・5 日 第 2 回 鶴見ウチナー祭 出展について



### 【 参加者 】

- ・大城 清美 氏（大城野菜生産農園加工所）
- ・赤嶺 氏（さんご園芸 ※商品預かり）

### 【 事 務 局 】（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト）

- ・金城 昌之 （支援員）

### 【 内 容 】

横浜市鶴見区にある入船公園にて鶴見ウチナー祭が開催されると南風原町出身で、現在横浜市鶴見区にて沖縄料理屋さんを経営している仲宗根氏よりお声かけを頂き、仲宗根氏の出展ブースを間借りする形で出展することになった。

### 【 出 展 期 間 】

- ・平成 29 年 11 月 4 日（土）・5 日（日）午前 10 時～午後 6 時

### 【 場 所 】

横浜市鶴見区入船公園（横浜市鶴見区弁天町 3-1）

### 【 販 売 実 績 】

- ・期間中の会場全体の来場者数 約 7 万名（ 4 日：約 3 万名 8 日：約 4 万名 ）
- ・売上合計 100,150 円（内訳 かぼちゃスープ：79,500 円 / モリंगा 20,650 円）





濾しかぼちゃ使って味わうスープの素 1袋 500円  
かぼちゃスープ 1カップ 250円



モリンガ茶 1袋 1500円（税込）

## 【感想】

（大城野菜生産農園加工所 大城 清美氏）

・予想以上の猛暑で販売に苦戦したが、カップスープを飲んだお客様がとても美味しいので自宅でも飲みたいと言って下さり、スープの素を購入して頂いたのはとても自信になった。今回のような気候でもこれだけ販売できたので、例年の関東の寒さの状態だとどのくらい販売できるのかとても興味を持った。今後も積極的に販売促進を進めていきたい



（事務局 金城より）

総括も含めて

・11月という事もあり横浜は寒いのでスープは順調に売れるのではないかと考えていたが、近年稀に見る猛暑日で販売にとっても苦しんだ。試食なども活用し、商品に興味を持って頂き販売につなげた。南風原町に美味しいブランドかぼちゃがあるという事を沖縄好きな鶴見区民に広くPRできたと考える。今後は、今回ご購入頂き興味を持って頂いた方々がリピーターになって頂けるように情報発信などを積極的に進めていきたい

## 平成 29 年 11 月 16 日（木） 「第 7 回 特産品開発モノづくり分野 会議」



【 場 所 】 南風原町商工会 1 階研修室

【 参 加 者 】

・大城 拓也 氏（NUNU 工房） ・大城 幸司 氏（丸正織物工房） ・大城 美枝子 氏（手織工房 おおしろ）

【 外部アドバイザー 】 ・江副 直樹 氏（ブンボ株式会社）※ skype にて参加

【 事 務 局 】（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト） ・金城 昌之（支援員）

【 内 容 】

1. 平成 29 年 10 月 16 日（木）第 6 回 モノづくり会議 振り返り
2. 県外出展について（うなぎの寝床 東京店について（大城拓也氏より））
3. 県外出展におけるイベント内容について（トークイベントのゲスト（案）など）
4. RKB 毎日放送「世界一の九州がはじまる」の取材に向けて
5. サンプル商品の制作について
6. 外部アドバイザー 江副氏からのアドバイス
7. その他、意見交換、情報共有について

【 議事録 】

○ うなぎの寝床 東京店について

（大城拓也氏より）

・11/1（水）～3（金）別件で現在 出展に向けて準備中のうなぎの寝床 東京店に行ってきた。結論から述べると同会場での「トークイベント及び出展はムズカシイと思う」



● 開催が厳しいと思う理由

- ・場所が狭い（最大でも 20 名前後）
- ・トークイベントの候補会場が、通常は建築事務所で使用している為、事務所感がとても強い。

○ 県外出展について

（外部アドバイザー 江副氏より）

本当は東京で出展したいが、下記の点を考慮し、福岡県八女市にある「旧寺崎邸（うなぎの寝床運営）」に決定したい

- ・今、急成長している「うなぎの寝床」が運営している店舗で、うなぎの寝床の既存客へも集客のアプローチ（DM）が可能。
- ・うなぎの寝床と NUNUSAAA のコラボ商品「クッション（案）」を制作したいとの代表の白水氏からの打診もあり、イベントとして面白いと思う
- ・RKB 毎日放送「世界一の九州が始まる」が、NUNUSAAA プロジェクトを取材する方向で、話が進んでおり、九州の人達ががんばっている映像が撮れて番組的にも面白いと思う。



○ RKB 毎日放送「世界一の九州が始まる」の取材について

（外部アドバイザー 江副氏より）

九州、沖縄地域で放送される RKB 毎日放送の「世界一の九州が始まる」という番組より NUNUSAAA の取り組みを取材したいと依頼がある。

15 分枠の番組で、費用がかかるわけではないので、取材を受けようとする

< NUNUSAAA メンバーも賛同 >

○ サンプル商品の制作について

・現在、うなぎの寝床 代表の白水氏より NUNUSAAA メンバーの生地を使用したクッションが作れないかと打診がある。今回の出展イベントの開催に合わせて制作することで、NUNUSAAA が旧寺崎邸で実施する意味が深まり、TV 取材が入ってもより魅力的な発信につながると考える。



## 平成 29 年 12 月 19 日 第 3 回 南風原町ブランド推進委員会 及び

### 第 1 回 南風原町ブランド選定委員会



#### 【 参加者 】

- 青木 元 氏（株式会社ノイズ・バリュー社：外部アドバイザー）
- 藤原 政勝 氏（一般社団法人南風原町観光協会 事務局長）
- 金城 有起 氏（NPO法人沖縄県工芸産業協働センター）
- 高橋 庸正 氏（IT通信株式会社）
- 大城 清子 氏（沖縄県女性農業士）
- 仲本 明 氏（イカリ消毒株式会社）
- 伊波 仁 氏（南風原町商工会 事務局長）
- 金城 郡浩 氏（南風原町役場産業振興課課長）
- 金城 真弘 氏（南風原町役場産業振興課班長）
- 長嶺 優太 氏（南風原町役場産業振興課）

#### <事務局>

- 大城 雅史（南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト主任）
- 金城 昌之（南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト支援員）
- 島袋 さやか（南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト支援員）

#### <内容>

1. 南風原町地域ブランド認定商品選定委員会委員について
2. 委嘱状交付
3. 平成 29 年度南風原町地域ブランドの歩み
4. 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」選定委員会  
平成 29 年度南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」選定
5. その他、意見交換



## <議事録>

### ●南風原町地域ブランド認定商品選定委員会委員について（委嘱状交付）

選定委員については南風原町地域ブランド推進委員会の委員をもってあてる。各委員承諾済み。

その後各委員に委嘱状の交付を行った。

### ●平成 29 年度南風原町地域ブランドの歩み

今年度のメディア出演、PRについて資料をご覧いただいた。※別添資料あり。

### ●南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」選定委員会

（平成 29 年度南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」選定）

認定商品については、7 品（食品部門 4 品、非食品部門 3 品）を事務局より提案した。

1. 大城野菜生産農園加工所：漉しカボチャ使って味わうスープの素
2. ケーキの店デュオ：ゆめかなえぼしパウンドケーキ
3. 有限会社美ら卵養鶏場：ぴよぴよシフォン
4. 農業生産法人株式会社福まる農場：沖縄キビまる豚（ロース・バラ）
5. 琉球絣事業協同組合：はえばるのまきもの（琉球絣・南風原花織のストール、ネクタイ）
6. Yu-i FACTORY：Uwatchnaー（ウォッチナー）
7. 沖縄子育て良品株式会社：SANGO くっしょん

各委員において、認定基準により申請品を審査し採点を行った結果、7 品目をすべて選定する事ができた。2 月上旬には南風原町長、南風原町商工会長名にて認定していただく予定である。

※採点表別添資料あり。

### ●その他、意見交換

- ・絣の商品化が難しくどうにかできないか。
- ・絣については、問屋の機能が強く産地の死活問題である。これまでの思考を変えて産業として計画をたてて物を作る仕組みを作った方が良い。
- ・南風原町の認定制度は良い取組みなので、今後も継続してほしい。その為には各事業所において自分達が持っている物をこつこつとやっていきながら、売りたい、作りたい思いを持ちはえばる良品のブランドを維持し継続し取組む事が大事である事。

## 平成 29 年 12 月 20 日（金） 「第 8 回 特産品開発モノづくり分野 会議」



【場 所】 南風原町商工会 1 階研修室

【参 加 者】

・大城 拓也 氏（NUNU 工房）・大城 幸司 氏（丸正織物工房）・大城 美枝子 氏（手織工房 おおしろ）

【外部アドバイザー】

・江副 直樹 氏（ブンボ株式会社）※ skype にて参加

【事 務 局】

（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト）

・大城 雅史（主任） ・金城 昌之（支援員）

【内 容】

1. 第 7 回 モノづくり会議 振り返り
2. 旧寺崎邸での出展に向けて
3. NUNUSAAA の実験的なサンプルについて
4. うなぎの寝床とのコラボ商品（クッション）について
5. 世界一の九州がはじまるの取材について
6. その他、意見交換、情報共有について

【議事録】

本日の NUNUSAAA 会議は、RKB 毎日放送「世界一の九州がはじまる」の取材が入っております

### ○ 旧寺崎邸での出展について

＜開催期間について＞

・「世界一の九州がはじまる」の取材の関係もあり、NUNUSAAA メンバーと福岡入りの日程  
外部アドバイザー 江副さんの取材日程、トークイベント当日に流れなどを確認した

＜トークイベントについて＞

・2/3（土）のトークイベントに関しては、16 時（予定）から始まるという事もあり 14 時までには、ゲストをはじめ現地に集まるように調整し、事前に 1 時間くらい打合せなどをおこないたいと考える

### <DM の制作について>

(外部アドバイザー 江副氏より)

- ・今回は、うなぎの寝床の顧客名簿なども利用できるという事なので、DM のフォーマットはうなぎの寝床に依頼した方がよいと考える。代表の白水氏とコンセプトなどを再確認し、今年中には制作し、年明け早々には発送し告知できるように勤める

### <出展内容について>

(外部アドバイザー 江副氏より)

- ・うなぎの寝床とコラボレーションする意味を明確にし、手織りの琉球絣（南風原花織）と機械織りの久留米絣を比較できるような形にするのはとても面白いと思う。また、100 個という数は圧巻だと思うので、それが伝わるように展示したいと考える

### ○ 実験的なサンプルについて

(外部アドバイザー 江副氏より)

- ・展示方法は、前日現地を見て調整したいと考える。
- ・トークイベント時に制作したサンプルについて説明して欲しいので、トークイベントの場所にも持ってきてほしい。

### ○ うなぎの寝床とのコラボクッションについて

(NUNU 工房 大城拓也氏より)

- ・コラボに使用する生地については、すでにうなぎの寝床 バイヤー 春氏と調整しながらピックアップを終わり、現在、生産段階に入っている。12 月末には完成すると聞いている。フライヤーの制作は、クッションが完成してからになると思う。
- ・琉球絣、南風原花織の魅力が、わかるように沖縄らしい特徴のある生地を中心にピックアップしてもらった。



RKB 毎日放送「世界一の九州がはじまる」撮影の様子

## 平成 30 年 1 月 19 日 第 2 回 南風原町ブランド選定委員会



### <参加者>

- 青木 元 氏（株式会社ノイズ・バリュー社：外部アドバイザー）
- 藤原 政勝 氏（一般社団法人南風原町観光協会 事務局長）
- 城間 律子 氏（琉球紺事業協同組合）
- 金城 有起 氏（NPO法人沖縄県工芸産業協働センター）
- 大城 清子 氏（沖縄県女性農業士）
- 仲本 明 氏（イカリ消毒株式会社）
- 金城 郡浩 氏（南風原町役場産業振興課課長）
- 伊波 仁 氏（南風原町商工会 事務局長）
- 長嶺 優太 氏（南風原町役場産業振興課）

### <事務局>

- 大城 雅史（南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト主任）
- 金城 昌之（南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト支援員）
- 島袋 さやか（南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト支援員）

### <内容>

- ① 平成 29 年度南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」について
- ② はえばる良品授与式日程につきまして
- ③ はえばる良品の運営及び方向性につきまして
- ④ その他、意見交換、情報共有等



<議事録>

●平成29年度南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」について

12月19日（火）に開催しました選定委員会において選定された7商品の報告を行った。

次年度は、今回の採点表を基準に、平均点の7割を満たしていれば選定を満たした事とする。それ以下の場合でも委員会にて全員が一致すれば、選定する。

●はえばる良品授与式日程につきまして

2月10日に開催されます「第9回南風原物産展」のステージイベントにて授与式を行う。

南風原物産展開催前には、南風原町長にて選定報告を行う予定である。

●はえばる良品の運営及び方向性につきまして

- ・はえばる良品のメリットを明確化にし、各マスコミにとりあげていただくように情報を発信し続ける事。
- ・地元の方々及び役場、議員にも継続的にPRを行う事。
- ・専門家やアドバイザーにて助言出来る仕組み作りが大事である事。

●その他、意見交換、情報共有等

- ・スターフルーツでドライフルーツの加工品は出来ないか。
- ・南風原町では何を作って、どう売っていくか。
- ・各委員から貴重な意見をいただいたが、自分で販売することが出来ないと成功しないので、良いものを頑張って継続して販売することが大事である。しかし事業者も補助金にたよりっぱなしではなく、自分たちで自走出来るように、常日頃より目的を明確化し、商品開発にどんどん取り組んでほしいと思う。

## 平成 30 年 2 月 3 日 特産品開発モノづくり分野 旧寺崎邸出展について



### 【 参加者 】

・大城 拓也 氏（NUNU 工房）・大城 幸司 氏（丸正織物工房）・大城 美枝子 氏（手織工房おおしろ）

### 【 事 務 局 】（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト） ・金城 昌之（支援員）

### 【 内 容 】

旧寺崎邸を運営するうなぎの寝床 代表 白水高広氏より、手織りの「琉球絣/南風原花織」と、機械織りの「久留米絣」を『クッション』というフォーマットにして比較する企画展を行いたいと提案があり、NUNUSAAA メンバーも快諾し今回の出展になった。

琉球絣 / 南風原花織 50 個、久留米絣 50 個を展示する比較展となっている



### 【 出 展 期 間 】

・平成 30 年 2 月 3 日（土）～19 日（月）午前 11 時～午後 6 時※13 日間（火・水休み）

### 【場 所】

- ・旧寺崎邸（福岡県八女市本町 327）



### 【販 売 実 績】

- ・期間中の来場者数 約 440 名（平日：約 20 名 休日：50 名）
- ・クッションの販売戸数 12 個（1 個 19800 円：税別）

### 【感 想】

2 月 3 日（土）・4 日（日）は、終日 NUNUSAAA メンバーも常駐し、来場したお客様に対して琉球絣 / 南風原花織についての説明を行った。

（NUNU 工房 大城拓也氏より）

来場されたお客さまと話をし琉球絣 / 南風原花織の認知度は、ほとんどなく琉球（沖縄）の織物として認知されている事が衝撃だった。今後は廉価版などを制作し来場されたお客さまに何らかしらを購入してもらえるような仕組み作りが大切になると考える。





（丸正織物工房 大城幸司氏より）

・布に対する興味を持っている方の多さに驚いた。沖縄でのイベントは同業者が多いが今回の出展は、一般の方が6、7割くらいはいたような感じがした。また今回、うなぎの寝床が制作したクッションはクオリティもかなり高く、今後、自社でも販売したいと考える。



（手織工房 大城美枝子氏より）

・同業者は、柄を見て価値などがすぐにわかるが、一般の方はほとんどわからないのが現状だと思った。一般の方にも魅力がわかる伝え方が今後、重要になると思った。



（事務局 金城より）

今回、久留米紆と比較展示する事で手織りの魅力が一般の方にもわかりやすく伝える事ができたと考える。特に「糸の違い」、「柄の豊富さ」、「色の鮮やかさ」は一目瞭然で、多くの方から「琉球紆はいろいろな柄があるんですね」と伺った。また、クッションにしたことで「織物に対する親近感が湧いた」との声もうかがえた。今後は、関東や関西などの大都市圏でもこのようなイベントを開催し、琉球紆/ 南風原花織の魅力を多くの方へ伝えていきたいと考える。



## 平成 30 年 2 月 3 日（土）モノづくり分野トークイベント「伝統は本当に善か。」



【 場 所 】 旧寺崎邸（福岡県八女市 327）

【 スピーカー 】 <NUNUSAAA メンバー>

・大城 拓也 氏（NUNU 工房） ・大城 幸司 氏（丸正織物工房） ・大城 美枝子 氏（手織工房 おおしろ）

【 トークイベントゲスト 】

・白水 高広 氏（うなぎの寝床株式会社）・大田 康博 氏（徳山大学 教授）・宮浦 晋哉 氏（株式会社 糸編）  
<ファシリテーター> ・江副 直樹 氏（ブンボ株式会社）

【 事 務 局 】（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト）・金城 昌之（支援員）

【 参 加 者 】・別紙参照

【 内 容 】

1. 各スピーカー、ゲストの紹介
2. 白水氏（うなぎの寝床代表）より、クッション展の趣旨説明
3. 伝統は本当に善か。
4. NUNUSAAA メンバーが現在、挑戦しているプロトタイプの紹介
5. 質疑応答

※ このトークイベントは、RKB 毎日放送「世界一の九州がはじまる」の取材スタッフが同行しております

【 議事録 】

<スピーカーの自己紹介>

今回の各スピーカー（NUNUSAAA メンバー、ゲスト）の自己紹介をする。

大城幸司氏（丸正織物工房：以下 幸司氏）より、琉球絣と南風原花織の違いについての説明

大城美枝子氏（手織工房 おおしろ：以下 美枝子氏）より、南風原花織（紹織）についての補足説明

#### <企画展 趣旨説明>

うなぎの寝床株式会社 代表 白水高広氏（以下 白水氏）より、今回の企画展「琉球絣×久留米絣 クッション 100 展」の趣旨説明。琉球（沖縄）と久留米、他産地の織物を着物以外の同じフォーマットで比較したく、私の思いついた方法が「クッション」だった。特に今回は「手織りの琉球絣、南風原花織」と「機械織りの久留米絣」を比較する展示イベントにしている。それぞれ 50 個ずつ、合計 100 個展示しているので、ぜひ見て頂きたい

#### < トークイベント「伝統は本島に善か」>

ファシリテーター 江副直樹氏（ブンボ株式会社：以下 江副氏）より、  
伝統工芸は様々な産地で後継者不足という聞いているが、個人的な見解として儲かっている業界に後継者不足はないと思う。

白水氏より。自分も現在のように地域の商品を扱うまでは、伝統は尊いモノだと思っていた。この業界の方々と話して感じたのは、商売方法などのシステムを含めて昔のままで止まっている。ただ、効率化を考えたら機械化に行きつくと思うが、完全に機械化してしまったら、産業革命後のヨーロッパなどと同じになりモノづくりに対する魅力がなくなると思う。ヨーロッパの人達から見たら、久留米の機械でも衝撃を受けるので、手仕事だと衝撃を通りこし、「感動」しかないと思う。ただ、呉服市場で売り続けるのは難しいと思うので、モノを売らないで稼げる環境（仕組み）を作るのが今後の課題になると思う。また、AI 化などの最先端技術が進めば進むほど、「手仕事」の魅力は見直されると思う

大田康博氏（徳山大学：以下 大田教授）より。日本の織物の特徴などをひとくりにするのはとても難しい。琉球（沖縄）からみたら、久留米は機械化が進んでいるように見えるが、久留米から見たら播州は、もっと機械化が進んでいるように見え、産地間の格差は、とてもあると考える。

「なぜ、日本はこれほどまでに手仕事が残っているのか。」とよく聞かれるが  
一つは、「和装文化」が残っているから。二つ目は、島国という点が考えられる。

宮浦 晋哉氏（株式会社 糸編：以下 宮浦氏）個人的には、布物にはとても興味があり、ファッション業界の若手デザイナーや、播州織物などの産地をつなげるコーディネートのような事をしたり、織物（主に機械織り）に興味がある方へのワークショップ（※産地の学校）を運営している。が、伝統工芸には全く興味はありません。ただ、布や織物を好きな方々と話していると必ずと言っていいほど、伝統工芸の話しになるので、トレンドだと感じている。

幸司氏より。日本人であるという事をどこでアイデンティティを求めるかを考えたら、「文化」かなあと思ってこの業界に入った。手仕事（手織）だから素晴らしいとは思わない。

100m 走のウサインボルト選手に 100m を走るんだったら、バイクで走った方が速いですよ。と誰も

いないように、「手織り」と「機械織り」は、それぞれに魅力があり、全く別のジャンルだと思う。別ジャンルとしてとらえて、ルールを明確に決める事が早急に求められることだと思う。

産地間それぞれ、その土地にあったモノ作りの仕方があると思う。沖縄の場合、それが手織り（手仕事）だっただけなのではないかと思う。

美枝子氏より。前職は、残業続きの業界だったが伝統工芸業界は、ほぼ定時に終わるので、働き方という点でいうととても恵まれている。

拓也氏より。専門学校時代に大手のファッションブランドの試作品を手仕事で作っているのを知った時、実家の工房の可能性を感じた。やりたい事はたくさんあるけど、自分の技術が追い付かないことに葛藤している。現在は、手仕事で表現できる限界を他産地との交流で解決できると考えており、刺し子風花織の生地を宮田織物工場（久留米市内）と協力して制作している。（右下写真参照）  
今後は、布の背景をもっと伝えるような活動をしたい。

#### 【 NUNUSAAA メンバーのプロトタイプの紹介 】



- ・幸司氏 琉球王朝時代の2枚の布を縫い合わせた風呂敷を参考にして、既存のストールを和裁師に依頼し、着物と同じ縫製方法で真ん中から縫い大判のストールにした。
- ・美枝子氏 シルクステンの糸を使用し形状記憶になるストールを南風原花織最高峰技術の紹織で再現した。
- ・拓也氏 刺し子風花織を宮田織物工場と協力し制作。今後、もんぺをはじめ、ジャケットなどに様々なアパレル素材に展開したいと考える。

#### 【質疑応答】＜「伝統とは何か」＞

- ・幸司氏 昔から伝わっている技術も大切だとは思いますが、それ以上に織物を生活の一部として生きる「ライフスタイル」や「精神性」だと、祖母の織物に対する姿勢を見て感じた
- ・美枝子氏 暮らしの中で受け継がれている技術。私の母は、これしかできないからと言って織物を当たり前のようにやっているが、わたしからしたら、「これしかできない」という事が尊敬に価すると思っている。
- ・拓也氏 先人達が守り続けた「途絶えさせない」という取組み。現在は麻織物など途絶えそうな織物が多数あるが、世界中を見渡せた途絶えてきた織物が多数ある。時代の流れで途絶えてしまうモノもあるが、次の世代のためにも少しでも多くの織物を残していきたいと思う

#### 江副氏からのまとめ

伝統は善か。悪か。は、簡単に言える事ではなく、今後も様々な人達と話をしながら考えていく必要があると思う。今後も NUNUSAAA の取組みを応援して欲しい。



平成30年2月10日・11日

## 第9回 南風原物産展における南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」のPRについて



### 【参加事業者】

1. 大城野菜生産農園加工所
2. 沖縄子育て良品株式会社
3. ケーキの店デュウオ
4. 農業生産法人株式会社福まる農場
5. yu-i FACTORY
6. 有限会社美ら卵養鶏場
7. 琉球紺事業協同組合

### <趣 旨>

南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクトの事業計画にもありますブランド認証事業において、南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」の要綱が整い、今年度は南風原町長名、南風原町商工会名で認定した。物産展ステージイベントとして各事業者の表彰を行い出店ブースにて販売を行った。

### <事業者 認定商品「はえばる良品」>



1. 大城野菜生産農園加工所（産し力バジャをつかって1味わうスープ）



2. 有限会社美ら卵養鶏場（びびよシフォン）



3. ケーキの店デュウオ（ゆめかなえぼしパウンドケーキ）



4. yu-i FACTORY（Uwatchnaa - (ウォッチナー)）



5. 沖縄子育て良品株式会社（SANGO くっしょん）



6. 琉球紺事業協同組合（はえばるのまきもの）

7. 農業生産法人株式会社福まる農場（ローズ・バラ）



### <PR方法>

南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクトのブースにて南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」のPRを行なった。各ブースにて認定商品ご購入のお客様及び、当ブースにてアンケートにご協力いただいた方にはリジナルバックを差し上げた。また、はえばる良品のフライヤーも2日間で約400部配布し認知を高めることが出来た。



### <所感>

今回、南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」の表彰式及びPRを行った。表彰式においては金城会長より各事業所に認定証を授与した。出店事業者の皆様においては早速各店舗に認定証を飾り店舗のPR活動を行っていた。今後も南風原町の活性化を図るために、地域資源を活用した優良な商品を町内外に知ってもらえればと思う。また地域と連携し多くの事業所を発掘し、より良い商品を開発出来し、表彰式も継続して行っていきたい。

平成 30 年 2 月 23 日 「町村議会議員・事務局職員研修会」における

南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」販売 PR について



【参加者】

1. 大城野菜生産農園加工所（漉しカボチャを使って味わうスープの素）
2. ケーキの店デュオ（ゆめかなえぼしパウンドケーキ）
3. 有限会社美ら卵養鶏場（ぴよぴよシフォン）

<趣 旨>

南風原町中央公民館にて、沖縄県内の各町村の議員・研修会があり、南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」をPRする絶好の機会ととらえ、代理販売を行なった。

<販売商品>

1. 大城野菜生産農園加工所（漉しカボチャをつかって味わうスープの素）
2. ケーキの店デュオ（ゆめかなえぼしパウンドケーキ）
3. 有限会社美ら卵養鶏場（ぴよぴよシフォン）

<販売実績>

- ① 大城野菜生産農園加工所（漉しカボチャを使って味わうスープの素）  
250 円×30 個 合計金額 7,500 円
- ② ケーキの店デュオ（ゆめかなえぼしパウンドケーキ）  
1,200 円×15 個 合計金額 18,000 円
- ③ （有）美ら卵養鶏場（ぴよぴよシフォン）  
270 円×67 個 合計 18,090 円 ※3 社売上合計金額 43,590 円

<来場者数>

沖縄県内の町村議会議員・事務局職員 約 400 名

<PR方法> 当日フライヤー配布約400枚



かぼちゃの旨味が  
存分に味わえる優しい味わい

体を温めた南風原町産かぼちゃのスープの素  
濃しカボチャ使って味わうスープの素  
250円(税込)

かぼちゃ本来の味を味わってもらうため  
沖縄でも評判の南風原町産のかぼちゃを贅沢に  
たっぷり使いました。

かぼちゃを調理する手間が省ける本品は化学調味料・  
着色料不使用のスープの素、豆乳や牛乳で割って温めれば  
手軽に簡単にかぼちゃ本来の優しい甘みが味わえます。

スープだけでなく離乳食や介護食などアレンジ次第で  
いろいろな料理にも、冷凍で数か月保存ができるので  
常備食にも便利な商品です。

農家が作ったスープの素は家庭を温める  
お母さんたちに好評です！

南風原町産では  
自然と味のほろ  
アロマースーツ  
が生まれています！



シロップ漬けしたスター  
フルーツがキラキラと輝く

南風原町のスターフルーツブランド「ゆめかなえぼし」使用  
ゆめかなえぼしパウンドケーキ  
1,200円(税込)

南風原町産スターフルーツブランド「ゆめかなえぼし」を  
丸ごとひとつ、贅沢に使用したパウンドケーキ。

ケーキの表面の「ゆめかなえぼし」は飾りとしてだけでなく  
ゼムレにすることで生地に潤いを与えています。

さらにケーキの底面にはコンフィ製加工した  
「ゆめかなえぼし」を敷き詰めた  
まさにケーキ全体でスターフルーツを味わうことができる本品。

南風原町でも人気のケーキ屋さんのお店から生まれた商品は  
お持ち帰りのデザートやギフトにも喜ばれています。



とろーりカスタードを絹のような  
ふんわり生地で包み込みました

綿たっぴりのカスタードシフォンケーキ  
びよびよシフォン  
270円(税込)

「いつでもお祝い」を掲げる同店の人気商品。  
自然栽培の卵黄をふんだんに使用し、バニラビーンズを贅沢に使った  
コクのあるカスタードクリーム入り。

とろーりとしたボリューム感あるクリームと、ふんわり焼き上げた  
シフォンケーキが好評のおひたまりスイーツです。

保存料を使用せず自然の力で仕立てており、  
一つひとつに愛情がこめられたお祝いスイーツです。

オキシジムの手ぬぐい袋や手拭いにもぴったり。  
受け取る相手の笑顔が広がる商品です。

大城野原生産加工所

沖縄県南風原町大城野原1-1-1  
tel: 098-8667-5251 | <http://okunoyahara.com>

ケーキの店 DUD(デュウ)

沖縄県南風原町大城野原1-1-1  
tel: 098-866-3678 | Facebook: ケーキの店DUD

有限会社 農産物加工所

沖縄県南風原町大城野原1-1-1  
tel: 098-866-1950 | <http://www.okunoyahara.com>

## <所感>

正午からの受付でしたので事務局にお申し、フライヤーを会議資料の中に同封していただいた。  
前年も開催していることから、研修開始前から商品をまとめて購入するお客様が多かった。  
休憩時間に試食販売を行なったところ、大盛況で約10分の販売で8割以上が売れた。  
びよびよシフォンにおいては50個販売予定でしたが、注文が多く17個追加し、完売となった。  
フライヤー配布及び告知により、会議終了後の販売で完売となった。沖縄県各町村に南風原町と南風原町ブランド構築・  
展開プロジェクトのPRが出来たことで、南風原町の取組みが認知されたのではないかと感じた。

## 平成 30 年 2 月 26 日（月） 「第 9 回 特産品開発モノづくり分野 会議」



【 場 所 】 南風原町商工会 1 階研修室

【 参 加 者 】

・大城 拓也 氏（NUNU 工房）・大城 幸司 氏（丸正織物工房）・大城 美枝子 氏（手織工房 おおしろ）

【 外部アドバイザー 】

・江副 直樹 氏（ブンボ株式会社）※ skype にて参加

【 事 務 局 】

（南風原町地域ブランド構築展開プロジェクト）

・大城 雅史（主任） ・金城 昌之（支援員） ・島袋 さやか（支援員）

【 内 容 】

1. 2 月 3 日（土）トークイベント「伝統は本当に善か。」及び旧寺崎邸 出展の振り返り
2. 平成 29 年度の総括について
3. 次年度以降の NUNUSAAA プロジェクトの活動について
4. RKB 毎日放送「世界一の九州がはじまる」の放送日について
5. その他、意見交換、情報共有について

【 議事録 】

### ○ 平成 29 年度 モノづくり分野の総括について

参加して頂いてる事業者に 1 年間を通しての感想を求める。

（大城拓也氏より）

・様々な他産地の方々と交流する事ができて、新たな可能性が見えた。今後は、布の背景なども一緒に伝えていけるようにしていきたい。

（大城幸司氏より）

・情報発信の大切さを学ぶと同時に大変さも知った。今は、先輩たちも応援してくれているとても良い状態なので、メンバーを増やしていきながら NUNUSAAA プロジェクトを継続させていきたいと考える。

（大城美枝子氏より）

・トークイベントを開催する事で、エンドユーザーと直接つながることができ、いろいろな話をする事ができと



でも勉強になった。情報発信をする事でお客さんが直接工房を訪れてストールを購入した事はとても印象に残っている。今後も引き続き情報発信を行っていきたいと考える

（事務局 金城（昌）より）

・今年度は、新聞、雑誌だけでなく、テレビにも2度も紹介させて頂いた。この宣伝効果はとても大きく、県内外に南風原町で琉球絣（南風原花織）が生産されている事が広く伝わったと考える。それに伴い参画して頂いてる事業者への注文も増えていると聞いており、担当者としてとても嬉しく思う。今後も継続的に支援していきたいと考える。

（外部アドバイザー 江副氏より）

・新聞や雑誌だけでなく、地元のテレビ「島人の宝」をはじめ九州地区のテレビに出演できたのは、琉球絣（南風原花織）の魅力を幅広く PR でき、広告費換算すると 1000 万円にもなるのではないかと考える。各工房、直接顧客からの問い合わせが増えたとの声も聞いているので事業的には成功している考える。

## ○ 次年度以降の NUNUSAAA プロジェクトの活動について

（外部アドバイザー 江副氏より）

### < 予算がない場合 >

・情報発信を習慣について各工房は、当プロジェクトに参加する前と後では大幅に変わっているので、今後も地道に続けて欲しい。トークイベントに関しては、予算がないにしても年に1度程度、どうか工夫して開催してほしい。

### < 予算がある場合 >

・予算次第の部分もあるが、あまり予算をかけずにできる情報発信として「トークイベントのアーカイブ」がよいと思う。今年度開催したトークイベントや次年度開催するトークイベントや NUNUSAAA メンバーが逢いたい人達との対談の様子を昨年依頼した「アイディア にんべん」さんのような編集が上手な方に編集してもらってホームページに掲載していくのはよいと思う。

## ○ 外部アドバイザー 江副さんからのアドバイス

・現在の NUNUSAAA プロジェクトはとても良い流れで、これからますます発展するプロジェクトだと思う。役場の担当課にもそれを理解してもらい継続できるように予算を確保してほしい。

## 平成 30 年 3 月 2 日 第 4 回 南風原町ブランド推進委員会



### 【 参加者 】

- 青木 元 氏（株式会社ノイズ・バリュー社）
- 藤原 政勝 氏（一般社団法人南風原町観光協会 事務局長）
- 高橋 庸正 氏（ＩＴ通信株式会社） ○大城 清子 氏（沖縄県女性農業士）
- 仲本 明 氏（イカリ消毒株式会社） ○伊波 仁 氏（南風原町商工会 事務局長）
- 大城 清美 氏（大城野菜生産農園加工所）

＜事務局＞（南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト主任）

- 大城 雅史（主任）○金城 昌之 / ○島袋 さやか（支援員）
- 長嶺 優太 氏（南風原町役場産業振興課）

### ＜内容＞

1. 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト事業報告について
2. 第 9 回南風原物産展での表彰報告について
3. 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」認定事業者代表挨拶
4. NUNUSAAAの取り組みについて
5. その他、意見交換等

### ＜議事録＞

#### ● 第 9 回南風原物産展での表彰報告について

南風原町地域ブランド認定商品選定委員会にて選定された 7 商品を城間南風原町長、金城商工会会長の連名にて認定した。（食品部門 4 品目、非食品部門 3 品目の合計 7 品目）

2 月 1 0 日（土）の第 9 回南風原物産展ステージイベントにて、南風原町地域ブランド認定商品 「はえばる良品」として認定証授与式を行った。認定されました各事業所においては、認定証を各店舗に設置し自社商品の P R 及び販売に努めていた。

- 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」認定事業者代表挨拶：大城野菜生産農園加工所 大城 清美 氏  
認定事業者を代表しまして大城清美氏より平成28年度より2年間の商品開発について委員の皆様にお話しをして頂いた。

かぼちゃのスープをベースに南風原町商工会にて、商品開発を学んできました。町内産のかぼちゃで規格外の商品で野菜本来の甘みをだして、価値があがる商品開発を行ってきました。

かぼちゃの糖度も変わってくるので、糖度計を導入し16度のかぼちゃを分ける作業から始めました。

アレルギーにも対応できるようにし科学調味料をなくし、専門家の指導の下1年間保存できる「漉しカボチャ使って味わうスープの素」が完成しました。

これまで、南風原くがに市場や、与那原あがりはま市場にて出品しておりましたが、セット販売も依頼が増えてきているので継続的に販売数を伸ばしていきたいとお話がありました。

- NUNUSAAAの取り組みについて

非食品部門のNUNUSAAAの活動報告について事務局の金城より報告があった。

2月3日（土）～19日（月）間、福岡県八女市にある旧寺崎邸（うなぎの寝床株式会社運営）にて、琉球絨/南風原花織\*久留米絨クッション100展を開催した。その時の模様がRKB毎日放送「世界一の九州が始まる」で放送予定である。（沖縄ではRBCにて3月30日（金）深夜0時40分）

- その他、意見交換等

今年度を振り返り各委員の皆様よりご意見をいただいた。

- ・高橋 庸正 氏（IT通信株式会社）

委員会に参加して、一つ一つの商品をこつこつと取り上げているので、今後も継続して頑張してほしい。

- ・仲本 明 氏（イカリ消毒株式会社）

自社にて食品全般の検査を行っているので製造の相談等あれば相談してほしい。企画販売が勉強になったので、全体的に内容がわかればもっとアドバイスの出来ると思う。

- ・長嶺 優太 氏（南風原町役場産業振興課）

この事業も商品開発事業を含めると6年になる。手土産がないと言われてきたが、役場職員でも出張があるときは、手土産として持っていく人が増えおり、行政にも評価されている。商品開発も安定してきているので、商工会でふるさと納税事業と連携してほしい。異業種連携も出来ているので今後は補助金に頼らないで自走出来るように取組んでほしい。

- ・大城 清子 氏（女性農業者）

商品開発の当初は、商品を作るのも難しく、生活研究会やJAと連携して取り組んできたがとても苦労した。約15年でここまでやっと来たとの感じである。今後は農家と連携して、へちまやスターフルーツの規格外があれば、事業者に提供できるような仕組みを作してほしい。

- ・藤原 政勝 氏（一般社団法人南風原町観光協会）

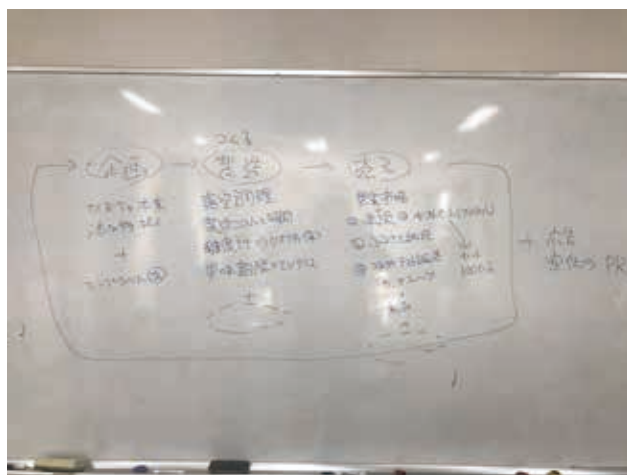
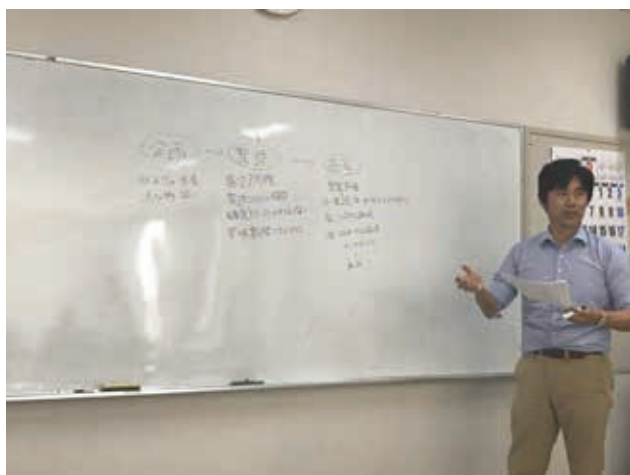
これまでへちまをはえばる美瓜としてアピールしてきたが、ダンスだけが目立っており野菜販売等には反映されていない。行政がもっと力を入れてへちまをアピールしてほしい。この事業を商工会は継続して行って頂きたい。

青木 元 氏（株式会社ノイズ・バリュー社）

・やっところまで来たのかという感じです。南風原町は作るのは上手だが、後が続かない。物を作って出すことは出来るが商品化がうまくいかなかった。事業者が専門家をいれて、試行錯誤しながら出来たことがものすごく大きい成果だと思う。

大城清美さんの事例を基に、商品開発について以下の内容でお話いただいた。

商品開発には時間がかかるが、品質管理等は専門家のアドバイスをいただきながら取り組む事が大切である。周期が出来てくると対応を早くなりビジネスにつなげる事が出来る。



|          |   |             |   |                       |
|----------|---|-------------|---|-----------------------|
| 企画       | → | 製造          | → | 売る                    |
| かぼちゃ本来の味 |   | 真空調理        |   | くがに市場                 |
| 添加物抜く    |   | 製造コストと時間    |   | ギフトセット（プライダル）+広告宣伝 PR |
| スーブラベル改善 |   | 糖度計→クオリティ保つ |   | 鶴見テスト販売               |
|          |   | 賞味期限＝エビランス  |   |                       |



### ③ はえばる良品 公式ホームページの運用について

- ・運用期間：平成 29 年 4 月 1 日 ～ 平成 30 年 2 月 28 日
- ・サイト名：はえばる良品
- ・アドレス：http://www.haebaru-ryohin.com/
- ・制作費：0 円（平成 27 年度制作。運営に係る人件費除く）
- ・総アクセス数：2,796 PV 数：3,679



南風原町は沖縄県中部の島に位置しています。乾燥がたり、南風原がばちや、スターフルーツ、はえばる果菜（へちま）など、豊かな特産品に恵まれており、特産物を加工した加工品が絶えず生まれています。

平成28年度南風原町農工商産物加工品コンクールで表彰された特産品は、南風原町の魅力の証です。全国のみなさまに自信をもっておすすめします。



### 「ぴよぴよシフォン」紹介ページ



### 「濃しカボチャ使って味わうスープの素」紹介ページ



# 「ゆめかなえぼしパウンドケーキ」紹介ページ

南風原町地域ブランドはえはる食品

ゆめかなえぼし  
パウンドケーキ

スターフルーツを丸ごと使用、目指すものは  
贈答品や手土産に喜ばれています。

ケーキの店 Duo(デュオ)?

・ 南風原店  
・ 東店

南国の食感と甘みが  
絶妙のバランスのパウンドケーキ

南国の食感と甘みが絶妙のバランスのパウンドケーキ。スターフルーツを丸ごと使用、目指すものは贈答品や手土産に喜ばれています。

「スターフルーツ」の南国をイメージした

南国の食感と甘みが絶妙のバランスのパウンドケーキ。スターフルーツを丸ごと使用、目指すものは贈答品や手土産に喜ばれています。

ケーキ店からスターフルーツを贈る数量

南国の食感と甘みが絶妙のバランスのパウンドケーキ。スターフルーツを丸ごと使用、目指すものは贈答品や手土産に喜ばれています。

南国の食感と甘みが絶妙のバランスのパウンドケーキ。スターフルーツを丸ごと使用、目指すものは贈答品や手土産に喜ばれています。

南国の食感と甘みが絶妙のバランスのパウンドケーキ。スターフルーツを丸ごと使用、目指すものは贈答品や手土産に喜ばれています。

南国の食感と甘みが絶妙のバランスのパウンドケーキ。スターフルーツを丸ごと使用、目指すものは贈答品や手土産に喜ばれています。

南国の食感と甘みが絶妙のバランスのパウンドケーキ。スターフルーツを丸ごと使用、目指すものは贈答品や手土産に喜ばれています。

南国の食感と甘みが絶妙のバランスのパウンドケーキ。スターフルーツを丸ごと使用、目指すものは贈答品や手土産に喜ばれています。

## 南風原町地域ブランドはえはる食品 すべてのウェブサイトのデータ

[レポートに移動](#)

### サマリー

すべてのユーザー  
100.00% ページビュー数

2017/04/01 - 2018/02/28

### サマリー



|         |         |           |        |        |
|---------|---------|-----------|--------|--------|
| ページビュー数 | ページ別訪問数 | 平均ページ滞在時間 | 直帰率    | 離脱率    |
| 3,679   | 2,796   | 00:01:46  | 75.07% | 64.99% |

| ページ                                 | ページビュー数 | ページビュー数 (%) |
|-------------------------------------|---------|-------------|
| 1. /                                | 1,533   | 41.67%      |
| 2. /p-1.html                        | 635     | 17.26%      |
| 3. /p-3.html                        | 339     | 9.21%       |
| 4. /p-5.html                        | 247     | 6.71%       |
| 5. /p-3_2017-koshi-kabocyasoup.html | 181     | 4.92%       |
| 6. /p-4.html                        | 155     | 4.21%       |
| 7. /p-2.html                        | 152     | 4.13%       |
| 8. /p-1_2017-piyopi-yoshi-fon.html  | 129     | 3.51%       |
| 9. /index.html                      | 110     | 2.99%       |
| 10. /p-6.html                       | 93      | 2.53%       |

#### ④ はえばる良品 Facebook ページの運用について

- ・運用期間：平成 29 年 4 月 1 日 ～ 平成 30 年 2 月 28 日
- ・更新回数：155 回
- ・いいね！数：148 人
- ・サイト名：はえばる良品
- ・アドレス：<https://www.facebook.com/haebaru.ryohin/>
- ・制作費：0 円（人件費除く）
- ・総アクセス数：4,584 PV 数：78,110



|          | アクセス数 | PV数    |
|----------|-------|--------|
| 平成29年 4月 | 379   | 6,202  |
| 5月       | 246   | 3,245  |
| 6月       | 718   | 10,426 |
| 7月       | 487   | 7,106  |

|     | アクセス数 | PV数    |
|-----|-------|--------|
| 8月  | 537   | 8,361  |
| 9月  | 729   | 17,066 |
| 10月 | 304   | 13,934 |
| 11月 | 388   | 4,391  |

|          | アクセス数 | PV数   |
|----------|-------|-------|
| 12月      | 328   | 3,536 |
| 平成30年 1月 | 114   | 1,024 |
| 2月       | 354   | 2,819 |

- ・アクセス数 = 公式フェイスブックページに訪れた人の数
- ・PV（プレビュー）数 = フェイスブックのタイムラインに表示された総数



### ③ NUNUSAAA 公式ホームページの運用について

- ・運用期間：平成 29 年 4 月 1 日 ～ 平成 30 年 2 月 28 日
- ・サイト名：NUNUSAAA
- ・アドレス：http://www.nunusaaa.ryukyu/
- ・制作費：0 円（平成 28 年度制作。運営に係る人件費除く）
- ・総アクセス数：2,229 PV 数：8,543



About

Interview



### NUNUSAAA メンバーの紹介ページ



大城幸司氏（丸正織物工房）



大城拓也氏（NUNU 工房）



大城美枝子氏（手織工房おもしろ）





NUNUSAAA

すべてのウェブサイトのデータ

[レポートに移動](#)

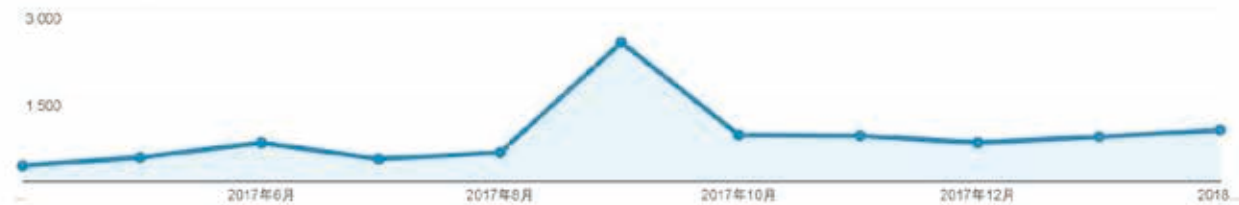
## NUNUSAAA年間行動

すべてのユーザー  
100.00% ページビュー数

2017/04/01 - 2018/02/28

## サマリー

## ● ページビュー数



ページビュー数

8,543

ページ別訪問数

6,556

平均ページ滞在時間

00:01:29

直帰率

47.93%

離脱率

33.16%

| ページ                                 | ページビュー数 | ページビュー数 (%) |
|-------------------------------------|---------|-------------|
| 1. /                                | 2,127   | 24.90%      |
| 2. /sample-page/                    | 1,011   | 11.83%      |
| 3. /2017/03/24/大城-拓也   前編/          | 924     | 10.82%      |
| 4. /2017/03/24/gallery/             | 645     | 7.55%       |
| 5. /category/gallery/koji-oshiro/   | 638     | 7.47%       |
| 6. /2017/03/24/大城-美穂子   前編/         | 603     | 7.06%       |
| 7. /2017/03/24/大城-拓也   後編/          | 597     | 6.99%       |
| 8. /2017/03/23/大城-幸司   後編/          | 479     | 5.61%       |
| 9. /category/gallery/tokuya-cahiro/ | 396     | 4.64%       |
| 10. /category/gallery/              | 371     | 4.34%       |

#### ④ NUNUSAAA Facebook ページの運用について

- ・運用期間：平成 29 年 4 月 1 日 ～ 平成 30 年 2 月 28 日
- ・更新回数：118 回
- ・いいね！数：148
- ・サイト名：NUNUSAAA
- ・アドレス：<https://www.facebook.com/nunusaaa.ryukyu/>
- ・制作費：0 円（人件費除く）
- ・総アクセス数：2,619      PV 数：29,221



|          | アクセス数 | PV数  |
|----------|-------|------|
| 平成29年 4月 | 47    | 458  |
| 5月       | 316   | 4575 |
| 6月       | 300   | 3732 |
| 7月       | 141   | 1899 |

|     | アクセス数 | PV数  |
|-----|-------|------|
| 8月  | 426   | 5748 |
| 9月  | 287   | 2970 |
| 10月 | 309   | 3468 |
| 11月 | 210   | 2306 |

|          | アクセス数 | PV数  |
|----------|-------|------|
| 12月      | 195   | 1430 |
| 平成30年 1月 | 298   | 2146 |
| 2月       | 90    | 489  |

- ・アクセス数 = 公式フェイスブックページに訪れた人の数
- ・PV（プレビュー）数 = フェイスブックのタイムラインに表示された総数

## 平成 29 年度 販売促進用 PR ツールの使用状況について

### ○ 南風原町地域ブランド販売 PR 用ノベリティバッグ 使用箇所

- ・平成 30 年 2 月 3 日～19 日 琉球絣 / 南風原花織クッション展（旧寺崎邸@福岡県八女市）
- ・平成 30 年 2 月 10 日/11 日 第 9 回 南風原物産展（イオン南風原）
- ・平成 30 年 2 月 22 日 町村議員・事務局研修会（南風原町中央公民館）



サイズ：高 370mm×幅 370mm（底部 260mm） / 奥行 110mm

制作枚数：300 枚

### <コンセプト>

- ・南風原町の伝統工芸「琉球絣」を多くの方に知ってもらいたく伝統柄（トゥイグアー、ジンダマ）を使用
- ・NUNU 工房の大城拓也氏にデザインしてもらう。
- ・多くの方に日常的に利用してもらいたく A4 ファイルが入るサイズのショッピングバッグにする。
- ・プリントで制作する為、織りでは表現できない形（鳥柄を上向き）にする。
- ・カラーに関しては後に藍染め体験などでも活用できるように無地に近い形にして今後の可能性も調査したいと考える。

### <所感>

・絣柄のプリントという事で琉球絣事業協同組合の方々の反応も気になったが、制作にあたり事情を伝えるとご理解を頂いた。今後はこのような組合ではなかなかできない事にも挑戦できればと考える。

## 平成29年度を振り返って

今年度は、3年事業の集大成であり、これまで行ってきたことを振り返りながら、当事業の趣旨であった南風原ブランドの魅力を県内外に広く認知させただけでなく、今の時代に合うデザインや機能性などをも踏まえて情報発信をしているので、「はえばる良品」の地域ブランドの価値も同時に高められたと感じる。

### <食品部門について>

・昨年度、認定商品に選定した3事業者を中心に町内外へ広くPR活動をおこなった。また、情報発信に関する講習会等も開催し、新規の町内事業者を獲得することもできた。今後は、既存の3商品以外にも新たな南風原の魅力が詰まった商品を開発できるように事業者の支援をおこなっていきたいと考える。

### <非食品部門について>

昨年、制作したホームページを中心に積極的に情報発信を行った。当初は懸念されていた商品開発も情報発信が進むとともに多くの事業所よりお声掛けを頂いた。その中でも伝統工芸の事を上手く活用し商品開発をしている、うなぎの寝床株式会社と共同で「クッション」を開発した所、販売前から大きな反響を頂いた。今後は南風原ブランドをより多くの方に知ってもらうべく、引き続き情報発信を行うと共に参画事業者の増加も促進したいと考える。

### <南風原町地域連携強化、スキル向上事業について>

情報発信事業の影響により県内大手販売店に期間限定で出展したり、メディアなどへ合計20回以上掲載され、各事業者のPR力が向上したと考えられる。非食品部門に関しても事業者間での意見交換が頻繁に行われ、スキルが大幅に向上していると参画事業者より伺っている。

食品部門、モノづくり部門それぞれ町内外で認知度が高まっていると感じられるのでそれぞれがお互い連携する事でさらなるブランド構築につながると期待できる

### <南風原町ものづくり企画開発・情報発信事業>

食品部門はノイズバリュー社の青木元氏を講師に招き、商品開発した商品をどのようにPRしていくか。などを計4回学んだ。非食品部門に関しては、ブンボ株式会社 江副直樹氏を講師に招き計9回 会議を開催し、情報発信の方法、商品開発に対する考え方などを学んだ

### <南風原町地域ブランドPR・マーケティング事業>

情報発信事業の効果により各事業者のPRスキルが大幅に向上し、地元紙をはじめ、県内、九州沖縄地区メディアで紹介された。県内、県外へも積極的に出展し販路先を大幅に開拓した。

### <南風原町地域ブランド販路開拓事業について>

スキル向上事業、情報発信事業の影響で事業者がそれぞれで自分の商品をPRできる事になった事で、県内大手販売店での販売をはじめ、伝統工芸を扱う事業者とのコラボレーションにより取引がはじまったり、さらには某航空会社のラウンジで取り扱われるなど、多くの販路が開拓された。今後は安定供給できるような生産体制の確保が課題になると考える。



### ＜南風原町地域ブランド認証事業について＞

積極的に PR 活動をする事で多くのメディアに取り上げられ南風原ブランドの認知拡大ができたと同時に、「はえばる良品」に認定されるメリット町内事業者に知って頂けたのではないかと考える。今後は町とも協力をしていしながら、町内の方に南風原から手土産として持って行って頂けるようにきちんと情報発信などをおこなっていきたいと考える。

### ＜3年間の総括について＞

南風原ブランドの魅力を高める為に町内の商品開発に積極的な事業者をリストアップし、講習会、個別指導を行い、南風原町の手土産として持っていける商品を開発した。

当事業は、南風原ブランド（以下：はえばる良品）を構築し、推進する事が主であり、まずは町民にはえばる良品の魅力を知ってもらうべく担当課と蜜に調整して、広報誌への定期掲載、役場 1F ロビーでの販売 PR の実施などを積極的に行った。その影響もあり、地元メディアで度々紹介され、町外へも広く PR できたと考える。今後は、南風原ブランドの商品数の拡大が、さらなるブランド認知へつながると考える。

また、当事業より新たな取組としてスタートしたものづくり部門に関しては、外部アドバイザー江副氏のアドバイスを元に情報発信を中心に行った。情報発信を日々続けていると伝統工芸の魅力が県内外の目に止まり多くの反響及びコラボレーションでの商品開発のお声掛けを頂いた。その中でもコラボレーションする事業者を参加している事業者とも話しあい「琉球絣（南風原花織）クッション」を制作した所、福岡県八女市での販売会で予想を大幅に超える結果につながった。今後はモノづくり部門の参画事業者の増加や、食品部門とのコラボレーションをする事でさらに南風原ブランドを PR できると期待している。

その他にも当事業で登録したスターフルーツの加工品「ゆめかなえぼし」の商標の活用についても今後の課題になると考える。

### あとかぎ

平成 27 年度、28 年度、29 年度と 3 年間に渡り本事業につきましては、多くの皆さまのご理解とお力添えを賜り、今年度（平成 29 年度）をもって無事に終了することが出来ましたことを心より御礼申し上げます。これからも特産品開発の道には終わりはなく、挑戦が続くと考えられます。引き続き、より多くの町民の皆さまや事業者様が、こうした取り組みにご参画及びご支援を頂けます様に、南風原町が輝く未来に向けて、発展することを祈念しております。

平成 30 年 3 月 19 日

南風原町商工会 事務局一同





平成 29 年度  
南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト  
事業報告書

平成 30 年 3 月発行

編集・発行



南風原町商工会

沖縄県島尻郡南風原町字本部 158 番地 (〒901-1112)

TEL : 098-889-6121 WEB: [www.haeshoko.net](http://www.haeshoko.net)